



# DOCUMENTO DE REFERENCIA

**CONVOCATORIA DE INGRESO DE PERSONAL LABORAL FIJO  
EN LA SOCIEDAD ESTATAL CORREOS Y TELÉGRAFOS, S.A., S.M.E.,  
PERTENECIENTES AL GRUPO PROFESIONAL IV  
(PERSONAL OPERATIVO)**



**CONTENIDO DE CORREOS ACTUALIZADO A OCTUBRE DE 2022**

# Contenido abreviado

- 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**
- TEMA 2. Experiencia de personas en Correos. Diversidad, inclusión e igualdad. Prevención de riesgos y bienestar. Responsabilidad Social Corporativa (RSC). Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Ejes de la sostenibilidad en Correos. Emprendimiento e innovación**
- TEMA 3. Productos y servicios: Comunicación. Paquetería de Correos y de Correos Express. Servicios e-commerce y Citypaq**
- TEMA 4. Productos y servicios: En Oficinas. Servicios Financieros. Soluciones Digitales. Filatelia**
- TEMA 5. Nuevas líneas de negocio: Correos Logística. Correos Frío. Otros negocios**
- TEMA 6. Herramientas. Funciones y utilidad**
- TEMA 7. Procesos operativos I: Admisión**
- TEMA 8. Procesos operativos II: Tratamiento y Transporte**
- TEMA 9. Procesos operativos III: Distribución y Entrega**
- TEMA 10. El cliente: atención al cliente y calidad. Protocolos de Ventas**
- TEMA 11. Internacionalización y Aduanas**
- TEMA 12. Normas de cumplimiento: Protección de datos. Prevención de Blanqueo de Capitales. Compromiso ético y transparencia. Seguridad de la Información y Ciberseguridad**



# Contenido detallado

<b>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 .....</b>	<b>1</b>
<b>1.1. Introducción .....</b>	<b>3</b>
1.1.1. Historia del servicio postal .....	3
1.1.2. Servicio postal universal (SPU) y Correos como prestador del servicio postal universal.....	4
1.1.3. Liberalización del sector postal (SP) .....	8
<b>1.2. Marco normativo postal y naturaleza jurídica de Correos.....</b>	<b>9</b>
1.2.1. Naturaleza jurídica de Correos .....	9
1.2.2. Marco normativo de Correos.....	10
1.2.3. Marco normativo postal. Garantías y derechos de los usuarios del operador postal universal.....	20
1.2.4. Marco normativo internacional .....	26
<b>1.3. Organismos reguladores.....</b>	<b>27</b>
1.3.1. Organismos reguladores nacionales .....	27
1.3.2. Organismos reguladores internacionales .....	34
<b>1.4. Organizaciones Postales Internacionales .....</b>	<b>39</b>
1.4.1. Instituciones.....	39
1.4.2. Empresas, alianzas de negocio y redes internacionales.....	41
<b>1.5. Organización y estrategia .....</b>	<b>44</b>
1.5.1. Grupo Correos .....	44
1.5.2. Sociedad Estatal Correos y Telégrafos, S.A., S.M.E. (Correos) .....	51
1.5.3. Correos Express Paquetería Urgente, S.A., S.M.E.....	59
1.5.4. Nexea Gestión Documental, S.A., S.M.E. ....	61
1.5.5. Correos Telecom, S.A., S.M.E. ....	62
1.5.6. Correos Express Portugal, S.A. ....	65
<b>1.6. Correos y su adaptación a los cambios.....</b>	<b>66</b>
1.6.1. Evolución del mercado postal en España .....	66
1.6.2. Evolución del mercado de la paquetería en España .....	70
1.6.3. Líneas estratégicas de actuación y diversificación .....	77
<b>TEMA 2. Experiencia de personas en Correos. Diversidad, inclusión e igualdad. Prevención de riesgos y bienestar. Responsabilidad Social Corporativa (RSC). Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Ejes de la sostenibilidad en Correos. Emprendimiento e innovación.....</b>	<b>81</b>
<b>2.1. Ejes de actuación de la gestión de las personas .....</b>	<b>83</b>
2.1.1. Experiencia de personas en Correos.....	83
2.1.2. Formación y capacitación .....	85

<b>2.2. Conceptos de diversidad, inclusión y equidad en Correos .....</b>	<b>87</b>
2.2.1. Conceptos de diversidad, inclusión y equidad en Correos .....	87
2.2.2. La diversidad .....	90
<b>2.3. Prevención de riesgos y bienestar .....</b>	<b>95</b>
2.3.1. Normativa española en Prevención de Riesgos Laborales (PRL).....	95
2.3.2. Política de PRL en Correos .....	99
2.3.3. Estructura PRL en Correos .....	102
2.3.4. Obligaciones de la empresa y los trabajadores en materia de PRL .....	109
2.3.5. Derechos de los trabajadores en materia de la PRL.....	111
2.3.6. Procedimientos y protocolos preventivos aplicables al grupo profesional iv: Operativos .....	112
2.3.7. Bienestar físico y emocional.....	133
<b>2.4. Responsabilidad Social Corporativa .....</b>	<b>135</b>
2.4.1. Contribución social de Correos .....	135
2.4.2. El modelo de alineación con los ODS .....	137
<b>2.5. Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) .....</b>	<b>137</b>
2.5.1. ODS y emergencia climática .....	137
<b>2.6. Principales ejes de la contribución de Correos a los ODS .....</b>	<b>144</b>
2.6.1. En Correos tenemos un plan. Modelo de alineación con los ODS.....	144
2.6.2. Negocio e innovación social.....	145
2.6.3. Compromiso con la comunidad .....	148
2.6.4. Gestión sostenible .....	150
<b>2.7. Emprendimiento e innovación.....</b>	<b>156</b>
2.7.1. Emprendimiento corporativo e innovación abierta en Correos.....	156
2.7.2. CorreosLabs, ¿qué es? .....	159
2.7.3. El papel de los empleados de Correos en los retos de emprendimiento .....	160
<b>TEMA 3. Productos y servicios: Comunicación. Paquetería de Correos y de Correos Express. Servicios e-commerce y Citypaq.....</b>	<b>163</b>
<b>3.1. Introducción a los productos de Correos: atributos y valores añadidos .....</b>	<b>165</b>
<b>3.2. Servicios de comunicación.....</b>	<b>165</b>
3.2.1. Carta ordinaria .....	166
3.2.2. Carta certificada .....	168
3.2.3. Notificaciones.....	171
3.2.4. Servicios de marketing directo .....	174
3.2.5. Respuestas comerciales .....	185
3.2.6. Libros .....	188
3.2.7. Publicaciones periódicas .....	195
3.2.8. Cecograma .....	198
3.2.9. Servicios telegráficos.....	199

<b>3.3. Paquetería de Correos y de Correos Express .....</b>	<b>202</b>
3.3.1. Paquetería de Correos.....	202
3.3.2. Paquetería y servicios Correos Express .....	236
<b>3.4. Servicios e-commerce y Citypaq .....</b>	<b>260</b>
3.4.1. Canales digitales de Correos .....	260
3.4.2. Soluciones e-commerce a clientes .....	284
3.4.3. Servicios Citypaq.....	289
<b>TEMA 4. Productos y servicios: En Oficinas. Servicios Financieros. Soluciones Digitales. Filatelia.....</b>	<b>295</b>
<b>4.1. Introducción.....</b>	<b>297</b>
<b>4.2. Productos y servicios de venta en oficina.....</b>	<b>297</b>
4.2.1. Servicios postales .....	298
4.2.2. Productos que se comercializan en Correos. Tarifa Plana.....	300
4.2.3. Servicios adicionales .....	302
4.2.4. Servicios de fidelización .....	309
4.2.5. Servicios para el ciudadano .....	311
4.2.6. Acuerdos con terceros.....	332
4.2.7. Material de oficina, libros y <i>merchandising</i> .....	349
4.2.8. Correos con la sociedad.....	351
<b>4.3. Servicios financieros .....</b>	<b>351</b>
4.3.1. Envío de dinero.....	351
4.3.2. Correos Cash – Ingreso y reintegro de fondos en entidades financieras .....	371
4.3.3. Correos Prepago.....	372
4.3.4. Correos Pay – Pago de impuestos, tributos, tasas o facturas en entidades públicas o privadas .....	373
4.3.5. Cobro de recibos .....	373
<b>4.4. Soluciones digitales.....</b>	<b>374</b>
4.4.1. Buzón Digital .....	374
4.4.2. Correos ID.....	377
4.4.3. Notificaciones digitales .....	380
<b>4.5. Filatelia.....</b>	<b>381</b>
4.5.1. Introducción .....	382
4.5.2. Libros de sellos .....	384
4.5.3. Pruebas de artista .....	385
4.5.4. Carpetas temáticas.....	385
4.5.5. Numismática .....	386
4.5.6. Tu sello personalizado.....	386
4.5.7. Otros productos filatélicos: sobres de primer día de circulación, tarjetas postales, matasellos, A.T.M. y grabados.....	388



<b>TEMA 5. Nuevas líneas de negocio: Correos Logística. Correos Frío. Otros negocios .....</b>	<b>391</b>
<b>5.1. Introducción.....</b>	<b>393</b>
<b>5.2. Nuevas líneas de negocio.....</b>	<b>394</b>
5.2.1. Correos Logística.....	394
5.2.2. Correos Frío.....	432
5.2.3. Otros negocios .....	436
<b>TEMA 6. Herramientas. Funciones y utilidad .....</b>	<b>439</b>
<b>Introducción.....</b>	<b>441</b>
<b>6.1. Aplicaciones básicas de gestión .....</b>	<b>442</b>
6.1.1. IRIS (información de recursos informáticos y sistemas).....	442
6.1.2. SGIE (Sistema de Gestión Integral de Envíos) .....	450
6.1.3. Minerva.....	453
<b>6.2. Otras aplicaciones de Oficinas .....</b>	<b>456</b>
6.2.1. SEDI (Sistema de Envío de Dinero).....	456
6.2.2. SGTC (Sistema de Gestión de Tarjetas de Cliente).....	456
6.2.3. Quenda .....	457
6.2.4. WUPOS .....	461
6.2.5. Hermes.....	461
<b>6.3. Dispositivo PDA.....</b>	<b>461</b>
6.3.1. Acceso a la PDA .....	461
6.3.2. Principales funcionalidades personal de reparto .....	462
6.3.3. Aplicaciones dispositivo PDA .....	462
<b>6.4. Aplicaciones gestión de responsable .....</b>	<b>467</b>
6.4.1. SIGUA .....	467
6.4.2. CRM. Gestión de relaciones con el cliente .....	468
6.4.3. SIE (información estadística) .....	470
6.4.4. GPVO (Suministros).....	471
<b>TEMA 7. Procesos operativos I: Admisión .....</b>	<b>473</b>
<b>7.1. Introducción .....</b>	<b>475</b>
7.1.1. El circuito de la correspondencia.....	475
<b>7.2. Admisión: cuestiones generales .....</b>	<b>476</b>
7.2.1. Medios de pago en oficinas .....	477
7.2.2. Sistemas de franqueo y sistemas de pago alternativo.....	485
7.2.3. Objetos prohibidos y de circulación restringida .....	489

7.2.4. Mercancías peligrosas admisibles.....	493
7.2.5. Emisión de facturas por servicios de cobro al contado.....	501
7.2.6. Insuficiencia de franqueo .....	511
7.2.7. Procedimientos de admisión.....	513
<b>7.3. Admisión en oficina .....</b>	<b>514</b>
<b>7.4. Admisión en oficinas auxiliares y servicios rurales .....</b>	<b>664</b>
<b>7.5. La admisión masiva .....</b>	<b>685</b>
<b>7.6. Otras formas de admisión de envíos .....</b>	<b>721</b>
7.6.1. Recogida en buzones .....	721
7.6.2. Recogida a domicilio .....	722
7.6.3. Admisión de envíos prerregistrados en oficina postal virtual (Mi Oficina).....	729
7.6.4. Admisión de envíos pregrabados a través de la web de Correos .....	736
7.6.5. Admisión de pregrabados a través de Servicio sin Espera.....	754
7.6.6. Admisión en Citypaq.....	767
<b>7.7. Clasificación y contenerización en las oficinas .....</b>	<b>774</b>
<b>TEMA 8. Procesos operativos II: Tratamiento y Transporte .....</b>	<b>779</b>
<b>8.1. Tratamiento y transporte: cuestiones generales .....</b>	<b>781</b>
<b>8.2. La red de centros de tratamiento de Correos .....</b>	<b>782</b>
8.2.1. Centros de tratamiento automatizado en la red de Correos .....	782
8.2.2. Centros de Madrid y sus peculiaridades .....	784
8.2.3. Centros de Barcelona y sus peculiaridades .....	785
8.2.4. Unidad de Admisión Masiva (UAM) .....	786
8.2.5. Oficina Cambio Madrid Barajas .....	786
<b>8.3. Red de transporte de Correos .....</b>	<b>799</b>
8.3.1. Red interzonal .....	799
8.3.2. Red zonal .....	801
8.3.3. Red provincial.....	801
8.3.4. Red local.....	802
<b>8.4. Equipamiento postal en centros de tratamiento .....</b>	<b>803</b>
8.4.1. Vehículos de Transporte Interno (VTI).....	803
8.4.2. Elementos logísticos asociados al transporte .....	805
8.4.3. Mobiliario y equipamiento .....	810
<b>8.5. Procesos de trabajo en las áreas de un centro de tratamiento.....</b>	<b>812</b>
8.5.1. Áreas de los centros .....	813
8.5.2. El área de producción: la Unidad de Productos Ordinarios (UPO).....	816

8.5.3. El área de producción: la Unidad de Productos Registrados (UPR) .....	843
8.5.4. El área de logística: la Zona logística .....	859
8.5.5. Tratamiento del correo internacional prioritario .....	867
<b>8.6. Carga de vehículos .....</b>	<b>876</b>
8.6.1. Vehículos a granel .....	876
8.6.2. Vehículos contenerizados en jaulas, carros transportadores o palets.....	876
8.6.3. Normas comunes para carga de vehículos .....	876
8.6.4. Protocolos de carga de vehículos .....	877
8.6.5. Mapas de carga.....	877
<b>TEMA 9. Procesos operativos III: Distribución y Entrega.....</b>	<b>879</b>
<b>9.1. Distribución y entrega. Cuestiones generales .....</b>	<b>881</b>
9.1.1. Normas generales sobre la distribución y la entrega de los envíos postales .....	881
9.1.2. Nuevos puntos de distribución, entornos o circunstancias especiales de reparto o condiciones especiales.....	883
9.1.3. Referencias normativas.....	887
<b>9.2. Unidades de distribución.....</b>	<b>888</b>
9.2.1. Unidad de reparto ordinario (URO).....	891
9.2.2. Unidad de reparto de paquetería (USE y URP).....	894
<b>9.3. Equipamiento y mobiliario específico en distribución.....</b>	<b>896</b>
9.3.1. Equipamiento .....	896
9.3.2. Mobiliario específico .....	907
9.3.3. Control de vehículos.....	911
9.3.4. Entrega de útiles de reparto .....	913
<b>9.4. Procesos de trabajo en las unidades de distribución .....</b>	<b>916</b>
9.4.1. Descarga, clasificación y embarriado .....	916
9.4.2. Reparto y liquidación .....	935
<b>9.5. Procesos de entrega en las oficinas .....</b>	<b>962</b>
9.5.1. Recepción de envíos en oficinas .....	962
9.5.2. Entrega de envíos. Condiciones específicas de entrega .....	978
9.5.3. Posibles fraudes en la entrega de envíos .....	998
9.5.4. Entrega de envíos asignados en otra unidad.....	1000
9.5.5. Liquidación automática de sobrantes en oficinas .....	1001
9.5.6. Gestión y liquidación de servicios rurales. Oficinas auxiliares .....	1002
<b>9.6. Otros procesos .....</b>	<b>1005</b>
9.6.1. Valijas, buzones, Citypaq y recogidas.....	1005
9.6.2. Curso mal encaminado.....	1023
9.6.3. Gestión de reenvío postal y buzón de vacaciones.....	1027



9.6.4. Seguimiento de campañas .....	1031
9.6.5. Gestión de envíos estacionados .....	1036
<b>9.7. Tipos de servicios rurales .....</b>	<b>1050</b>
9.7.1. Según el medio de locomoción que utilicen .....	1050
9.7.2. Según dónde realicen su inicio de jornada .....	1051
9.7.3. Según aporten o no vehículo los puestos motorizados .....	1051
9.7.4. Según el tipo de jornada .....	1051
<b>9.8. Operativa de comercialización de otros servicios .....</b>	<b>1051</b>
9.8.1. Correos Cash. Banca electrónica .....	1051
9.8.2. Cobro de recibos y tributos.....	1055
9.8.3. Comercialización de lotería y sellos.....	1058
9.8.4. Gestiones DGT (Dirección General de Tráfico) .....	1063
9.8.5. Comercialización de billetes y entradas .....	1065
9.8.6. Captación de <i>leads</i> (potenciales clientes) .....	1066
9.8.7. Cambio de divisas .....	1071
9.8.8. Gestión de la bolsa .....	1076
9.8.9. Devoluciones.....	1084
<b>TEMA 10. El cliente: atención al cliente y calidad. Protocolos de Ventas .....</b>	<b>1087</b>
<b>10.1. Calidad corporativa en Correos .....</b>	<b>1089</b>
10.1.1. Introducción .....	1089
10.1.2. Conceptos generales .....	1089
10.1.3. Modelos de gestión de la calidad .....	1092
10.1.4. El sistema de gestión en Correos .....	1095
10.1.5. Herramientas del SGC .....	1096
10.1.6. Otras herramientas de mejora .....	1102
10.1.7. Reconocimiento.....	1102
<b>10.2. Atención al cliente y protocolo de venta en telemarketing .....</b>	<b>1103</b>
10.2.1. Modelo de atención al cliente .....	1103
10.2.2. Canales de atención al cliente .....	1108
10.2.3. Políticas de atención por canales.....	1113
10.2.4. KPI y principales objetivos .....	1125
10.2.5. Procesos .....	1128
10.2.6. Calidad .....	1130
10.2.7. Normativa habitual aplicada en atención al cliente .....	1132
10.2.8. Atención al cliente y protocolos de venta en marketing .....	1135
<b>10.3. Atención al cliente y protocolos de venta en oficinas .....</b>	<b>1137</b>
10.3.1. Atención al cliente .....	1137
10.3.2. Calidad en oficinas .....	1144

<b>10.4. Protocolos de venta a clientes con contrato.....</b>	<b>1144</b>
10.4.1. Equipos comerciales: roles y funciones.....	1144
10.4.2. Puntos de entrada de oportunidades comerciales.....	1146
10.4.3. CRM en Correos.....	1147
10.4.4. Integraciones tecnológicas con el cliente.....	1148
10.4.5. Seguimiento de la facturación.....	1149
<b>TEMA 11. Internacionalización y Aduanas.....</b>	<b>1151</b>
<b>11.1. Internacionalización de Correos.....</b>	<b>1153</b>
11.1.1. El negocio internacional en Correos.....	1153
11.1.2. Exportación internacional: productos y procesos.....	1156
11.1.3. Importación internacional.....	1159
11.1.4. Customer service/experience.....	1160
11.1.5. Sistema de trazabilidad internacional.....	1161
<b>11.2. Gestión aduanera.....</b>	<b>1162</b>
11.2.1. Evolución del mercado y la aduana.....	1162
11.2.2. Actores principales en la cadena logística postal.....	1165
11.2.3. Despachos aduaneros. Operadores privados y operadores postales (Correos).....	1168
11.2.4. Avance electrónico de datos.....	1170
11.2.5. Envíos con mercancía: declaración de Importación. DUA versus H7 (acuerdos especiales).....	1175
11.2.6. Sistema IOSS/H7: <i>Import One Stop Shop</i> .....	1178
<b>11.3. Información aduanera.....</b>	<b>1181</b>
11.3.1. Definición de envíos sujetos a trámites aduaneros de importación en destino.....	1181
11.3.2. Productos postales susceptibles de trámites aduaneros.....	1181
11.3.3. Impresos/documentos.....	1182
11.3.4. Despachos de aduanas con Correos: autorización de despacho del cliente.....	1183
<b>11.4. Correos como representante aduanero.....</b>	<b>1184</b>
11.4.1. Antecedentes.....	1184
11.4.2. Importación en península a partir del 1/7/2021.....	1185
11.4.3. Modificación del procedimiento de importación en Canarias.....	1188
11.4.4. Procedimiento de importación en Ceuta.....	1190
11.4.5. DUA de exportación.....	1193
<b>TEMA 12. Normas de cumplimiento: Protección de datos. Prevención de Blanqueo de Capitales. Compromiso ético y transparencia. Seguridad de la Información y Ciberseguridad.....</b>	<b>1195</b>
<b>12.1. Protección de datos.....</b>	<b>1197</b>
12.1.1. Introducción.....	1197
12.1.2. Pilares de la protección de datos.....	1199
12.1.3. Derechos de los interesados en protección de datos.....	1210

12.1.4. Obligaciones por parte de las empresas en materia de protección de datos .....	1216
12.1.5. Régimen de sanciones.....	1222
<b>12.2. Prevención de blanqueo de capitales .....</b>	<b>1223</b>
12.2.1. Conceptos .....	1223
12.2.2. Marco legal de la PBC.....	1239
12.2.3. La estructura de la prevención en Correos.....	1241
12.2.4. Nuestras obligaciones en materia de PBC .....	1253
12.2.5. Fraude y estafas .....	1257
<b>12.3. Compromiso ético y transparencia.....</b>	<b>1259</b>
12.3.1. Cumplimiento normativo.....	1259
12.3.2. Transparencia.....	1303
<b>12.4. Seguridad de la información y ciberseguridad.....</b>	<b>1321</b>
12.4.1. Introducción .....	1321
12.4.2. Buenas prácticas y hábitos en el puesto de trabajo .....	1326
12.4.3. Decálogo de seguridad .....	1335





# 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.

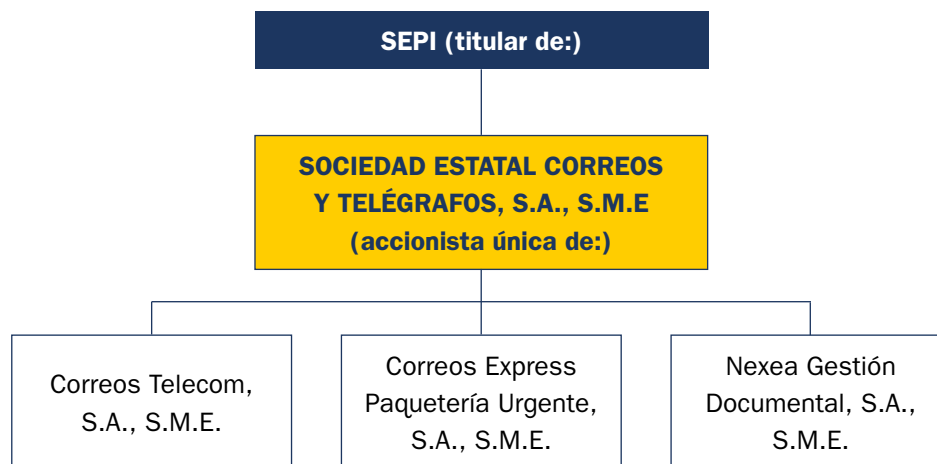
Correos es accionista única de tres sociedades:

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

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, procedimental, 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](http://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. 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.

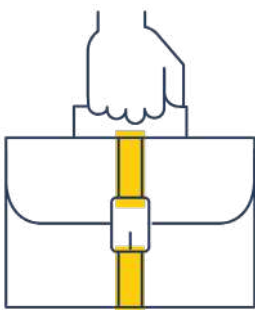
Entre las **normas laborales** aplicables a Correos, las más importantes son:



- **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 exteriores, 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 579 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 faculta 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 podrían 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 **prestación 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.

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.

## Glosario

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



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 sometidos 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:

<b>FUNCIONES</b>	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 sometidos 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](http://www.upu.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.

### 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](http://www.upaep.int)

### 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:** promueve 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](http://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](http://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](http://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](http://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](http://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

#### 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.

## 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.



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.

<b>EFFECTIVOS MEDIOS (FULL TIME EQUIVALENT)</b>	<b>2021</b>	<b>2020</b>
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:

<b>IMPACTO ECONÓMICO</b>	<b>2021</b>	<b>2020</b>
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%

<b>IMPACTO SOCIAL</b>	<b>2021</b>	<b>2020</b>
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 <sub>2</sub> )	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 <sub>2</sub> 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 ejerza el cargo de administrador en más de dos sociedades, de conformidad con la normativa en materia de altos cargos de las Administraciones Generales 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 cese 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 cualesquiera 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.
  - Cualesquiera 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 ejercitar todas y cada una de las facultades del Consejo, salvo las que resultan indelegables por ley.

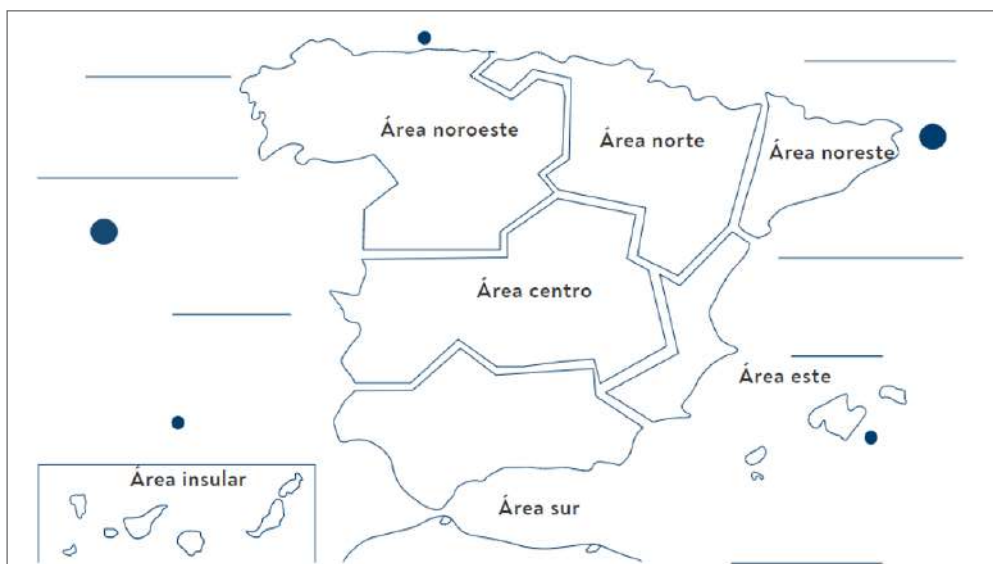
## La Comisión de Auditoría y Control

- 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 públi-

(\*) <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](http://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 periodos 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](http://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

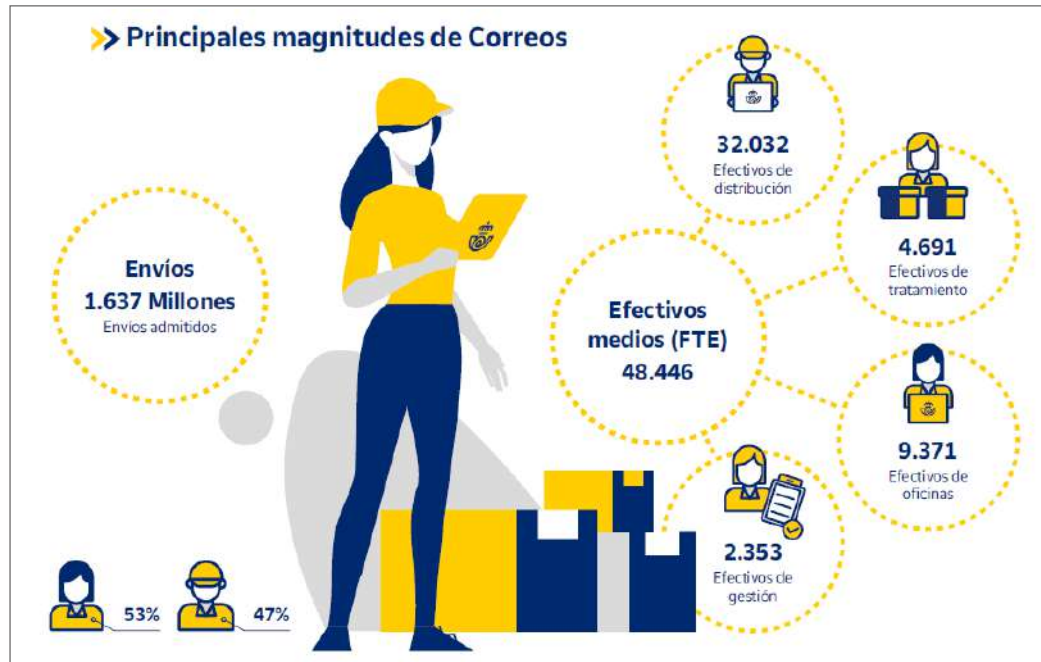
### Isotipo:

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

## F) Grandes cifras

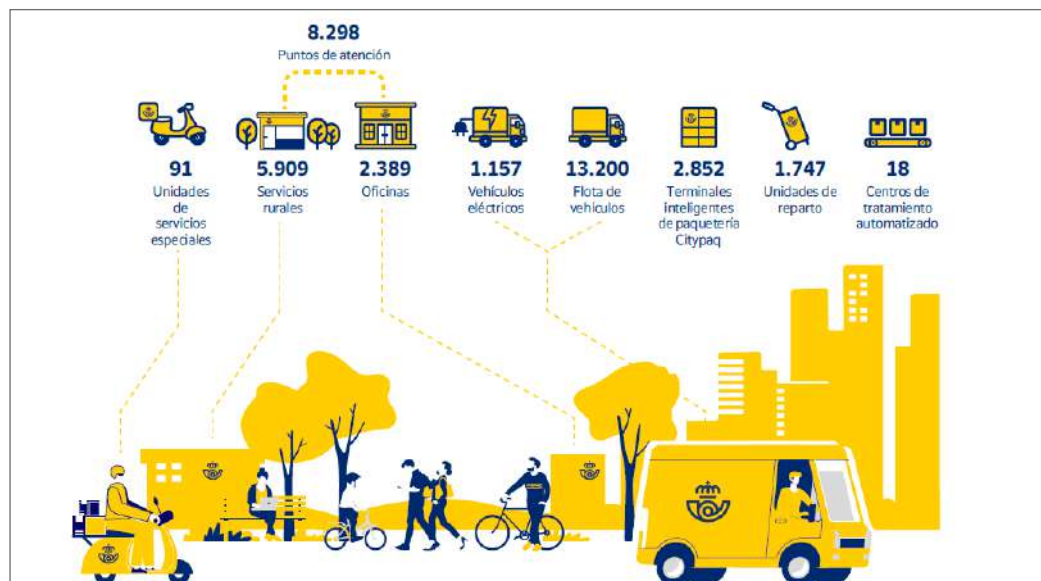
Correos es una de las principales empresas españolas por número de trabajadores. Es líder en el sector logístico y de servicios a la ciudadanía.

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 o mobiliaria, 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 ofertar 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, entendiéndose 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 39 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.

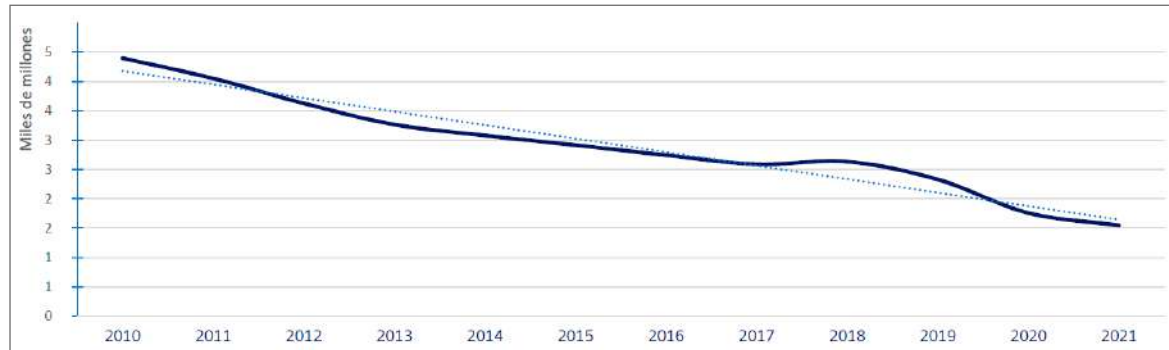
Los nueve operadores que aparecen en la tabla siguiente son los que enumera el Informe Anual del Sector Postal del año 2021.

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

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.

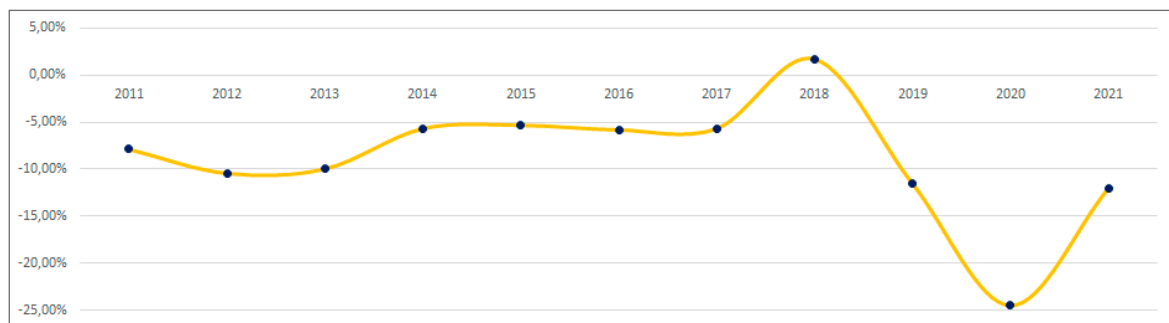


En el gráfico siguiente, se ve la evolución de los envíos totales operados por Correos en los últimos 11 años, para poder explicar las características de este mercado.



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 acreedores<sup>1</sup>), 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%).

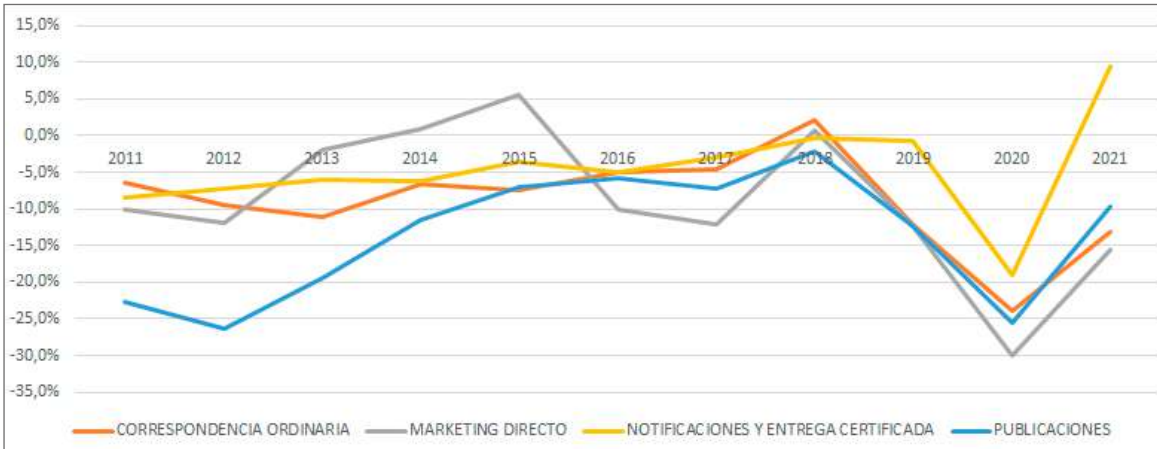


Evolución porcentual de envíos de Correos.

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

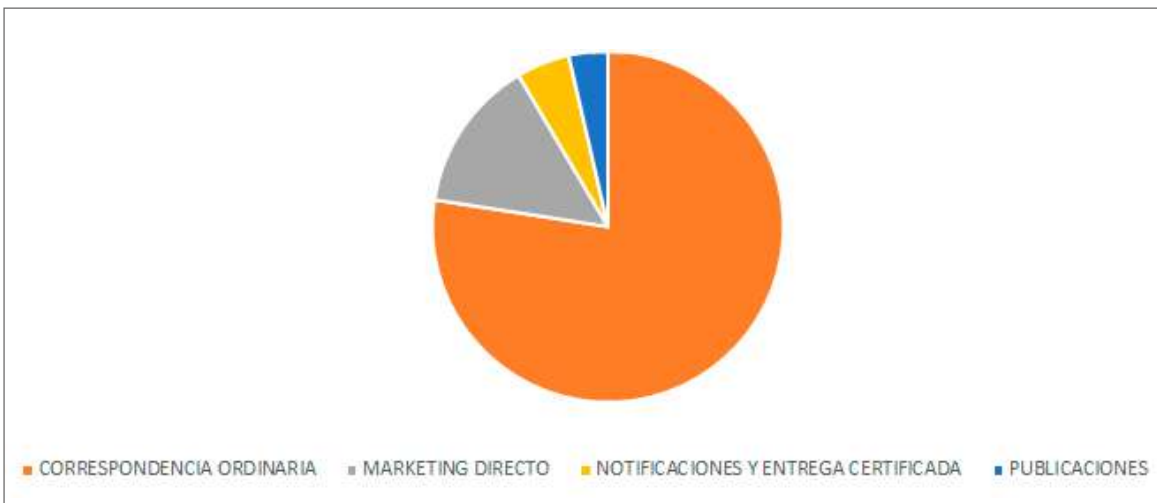
<sup>1</sup> Fuente: Área privada de clientes de la web <https://www.informa.es/>

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.

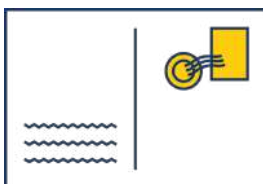


Evolución porcentual de envíos de Correos por familias de productos.

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.

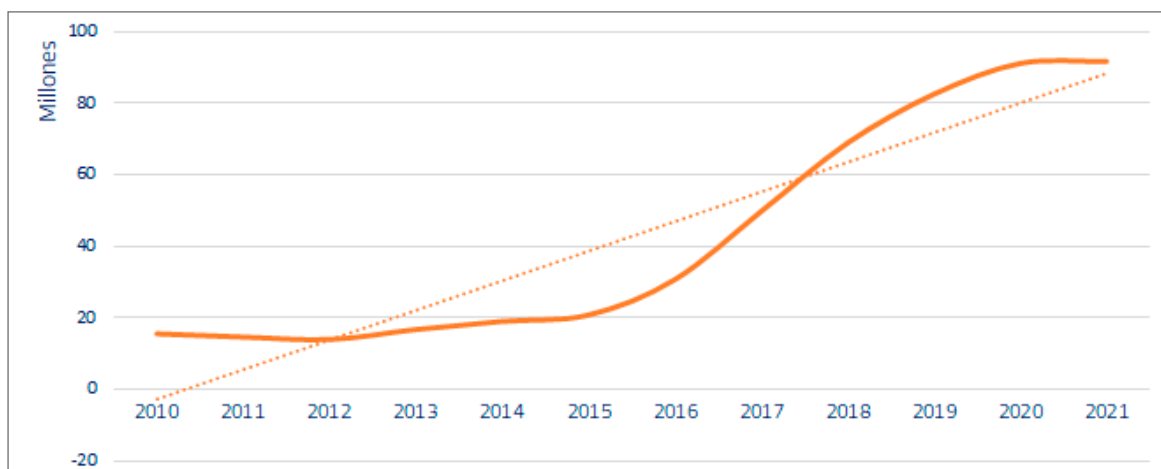
La paquetería ha sido y es la gran vía de diversificación de los operadores que han visto caer sus volúmenes de correspondencia en los últimos años. Además, este crecimiento está protagonizado por un fenómeno económico sin precedentes: el e-commerce (véase más abajo, en este mismo Tema: 1.6.2.1.).

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.

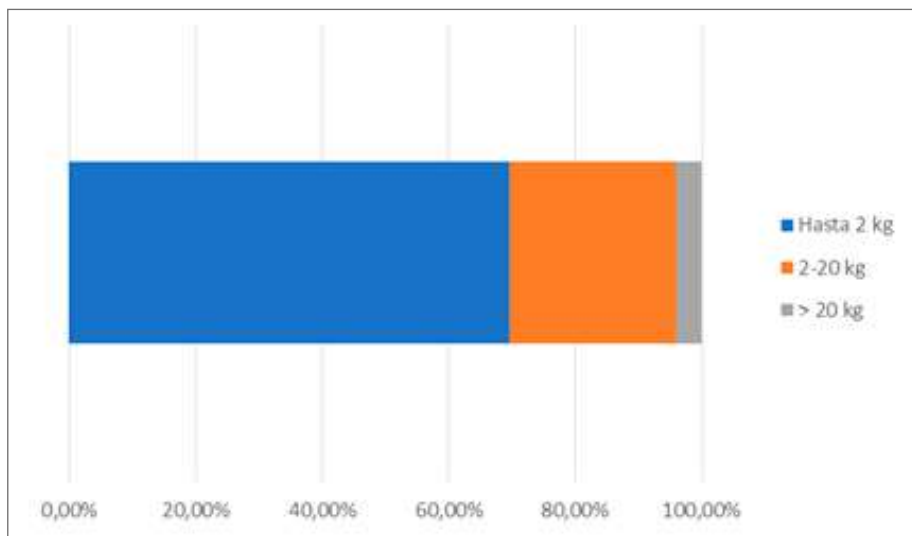
Es interesante ver el comportamiento de los volúmenes de ambas empresas ya que, si bien se enfrentan en este segmento a los mismos competidores, Correos, por su naturaleza de operador designado para la prestación del **SPU**, tiene que adaptar su dimensionamiento y estructura a los nuevos retos (véase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



Distribución de los envíos por productos del segmento CEP. Año 2021.

## 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:

	<b>CORREOS</b>	<b>CEX</b>
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 *barrabes.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.



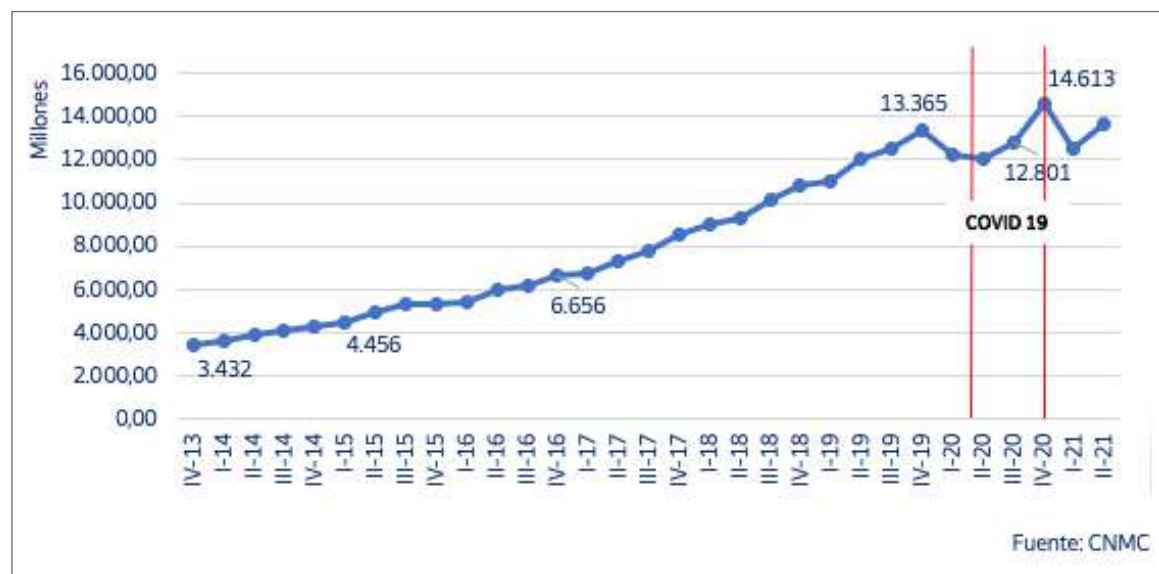
## Glosario

### 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 aprecian 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.



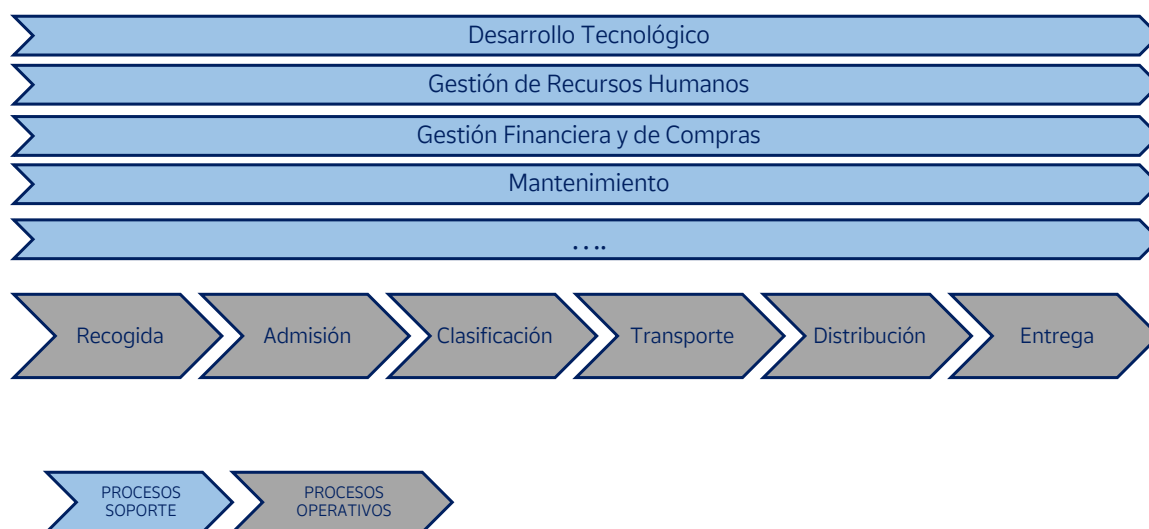


## La eficiencia como base de los procesos soporte

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.



# Tema 2

---

Experiencia de personas en Correos.

Diversidad, inclusión e igualdad. Prevención de riesgos y bienestar. Responsabilidad Social Corporativa (RSC). Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Ejes de la sostenibilidad en Correos. Emprendimiento e innovación

# Contenido

## **2.1. Ejes de actuación de la gestión de las personas**

- 2.1.1. Experiencia de personas en Correos
- 2.1.2. Formación y capacitación

## **2.2. Conceptos de diversidad, inclusión y equidad en Correos**

- 2.2.1. Conceptos de diversidad, inclusión y equidad en Correos
- 2.2.2. La diversidad

## **2.3. Prevención de riesgos y bienestar**

- 2.3.1. Normativa española en Prevención de Riesgos Laborales (PRL)
- 2.3.2. Política de PRL en Correos
- 2.3.3. Estructura PRL en Correos
- 2.3.4. Obligaciones de la empresa y los trabajadores en materia de PRL
- 2.3.5. Derechos de los trabajadores en materia de la PRL
- 2.3.6. Procedimientos y protocolos preventivos aplicables al grupo profesional IV: Operativos
- 2.3.7. Bienestar físico y emocional

## **2.4. Responsabilidad Social Corporativa**

- 2.4.1. Contribución social de Correos
- 2.4.2. El modelo de alineación con los ODS

## **2.5. Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)**

- 2.5.1. ODS y emergencia climática

## **2.6. Principales ejes de la contribución de Correos a los ODS**

- 2.6.1. En Correos tenemos un plan. Modelo de alineación con los ODS
- 2.6.2. Negocio e innovación social
- 2.6.3. Compromiso con la comunidad
- 2.6.4. Gestión sostenible

## **2.7. Emprendimiento e innovación**

- 2.7.1. Emprendimiento corporativo e innovación abierta en Correos
- 2.7.2. CorreosLabs, ¿qué es?
- 2.7.3. El papel de los empleados de Correos en los retos de emprendimiento

## 2.1. Ejes de actuación de la gestión de las personas

La **gestión integral de las personas** constituye uno de los elementos esenciales de la estrategia del Grupo Correos, uno de los grupos públicos con mayores dimensiones y capital humano. Su principal impacto laboral está relacionado con **la calidad y estabilidad del empleo, la formación y desarrollo profesional, la atracción y retención del talento, la diversidad e inclusión**, así como **la salud y seguridad laboral**.



### 2.1.1. Experiencia de personas en Correos

#### ¿Qué es la experiencia empleado?

La experiencia empleado se construye a través de las distintas interacciones que tienen lugar entre los trabajadores y una organización. En Correos, se trabaja para que esta experiencia sea satisfactoria para nuestros empleados desde el comienzo de su carrera profesional con nosotros hasta finalizar el desarrollo de la misma. A través del **Programa de Experiencia Empleado** se genera un canal de escucha con las personas que forman Correos, recogiendo información sobre su experiencia y necesidades en el conjunto de los momentos clave de su recorrido en la compañía. Esta información se analiza para poner en marcha distintas acciones que puedan implicar mejoras en los canales de comunicación, en los procedimientos u otras acciones que impactan directa o indirectamente en la experiencia de las personas que constituyen la organización.

## Programas asociados al ciclo de vida del empleado en Correos

El ciclo de vida del empleado hace referencia a las diferentes fases por las que pasa un empleado desde el momento en el que decide buscar información de la compañía hasta su salida. El programa de Experiencia Empleado tiene en cuenta todas las fases por las que puede pasar un empleado a lo largo de su carrera profesional.



### 1. Atracción y captación

La Experiencia de Empleado comienza en el momento en el que un potencial empleado decide buscar información de la compañía para incorporarse a la misma. En esta etapa, Correos dispone en su web de un apartado específico llamado «Personas y Talento», en el que se encuentra un espacio denominado Comunidad del Talento que ofrece información sobre diferentes programas e iniciativas, da acceso a generar un perfil, permite revisar procesos de selección activos y crear alertas de empleo.

### 2. Selección

Como parte del proyecto de medición global del ciclo de vida del empleado en Correos, se evalúa la experiencia de las personas candidatas en procesos de selección mediante cuestionarios para mejorar las comunicaciones con los participantes y adecuar los procedimientos. En los procesos de selección publicados en la «Comunidad de Talento» se incorporan encuestas que permiten gestionar la experiencia de los candidatos.

### 3. Acogida

Existen programas de acogida y seguimiento, diseñados para acompañar a la persona que se incorpora o cambia de puesto dentro de la compañía. Correos cuenta con un Programa



de Acogida y Seguimiento que facilita herramientas para gestionar el proceso de incorporación de forma efectiva y permite realizar un seguimiento durante los primeros meses de adaptación.

A través de los hitos de seguimiento definidos para los primeros seis meses de estas incorporaciones, se evalúa el grado de satisfacción en el proceso, la adaptación al equipo de trabajo y la adecuada dotación de medios, así como posibles obstáculos durante el periodo de prueba.

#### **4. Desarrollo profesional**

Para el desarrollo de la carrera dentro de Correos, se ofrecen diversos programas destinados a dotar de herramientas a los empleados que deseen impulsar su desarrollo profesional. Entre ellos, encontramos:

- Programa de Sustituciones, que permite adquirir formación y experiencia en posiciones de Dirección de Oficinas y Jefaturas de Unidad.
- Además, existe una amplia oferta formativa orientada al desarrollo de competencias y conocimientos, se articulan programas de gestión del talento como el **Programa clic** o **Correos en femenino**.

#### **5. Salida**

Adicionalmente, se efectúan entrevistas de salida a los profesionales que formaban parte del sistema de evaluación del desempeño, para identificar los principales factores de riesgo de pérdida de talento.

### **Contextos, condiciones y herramientas para la medición**

Para poder ofrecer la mejor experiencia a los empleados de Correos, incorporamos, de forma sistemática, en estos y otros programas, formas de obtener información sobre cómo viven los distintos momentos de su relación con la Compañía, cuáles son los aspectos importantes para su satisfacción. Se utilizan diferentes herramientas y metodologías, como pueden ser entrevistas, grupos de discusión o cuestionarios, de participación voluntaria. El análisis de la información resultante nos permite mejorar cada día, tomar decisiones y ofrecer soluciones con foco en lo que es realmente importante para nuestros empleados.

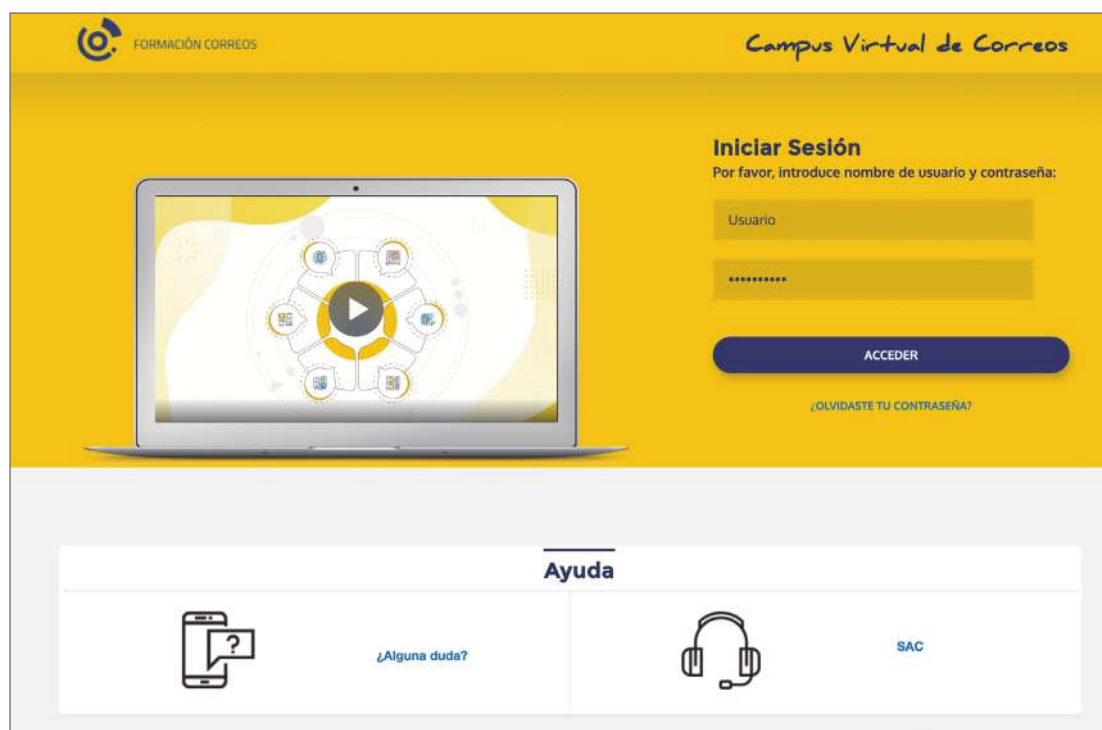
#### **2.1.2. Formación y capacitación**

La política formativa del Grupo Correos se orienta a dar respuesta a las necesidades estratégicas del negocio y de desarrollo profesional de sus empleados y empleadas, mediante itinerarios específicos e individualizados. La formación en Correos se focaliza en la capa-



citación de los profesionales de las distintas áreas para contribuir al fortalecimiento del servicio público, la diversificación y la expansión internacional.

Desde el momento de la incorporación a la compañía, los empleados y empleadas tienen acceso al **Campus Virtual de Correos** (<https://formacion.correos.es>), un espacio de referencia para la formación que pone a su disposición contenidos formativos para que los empleados puedan adquirir los conocimientos y habilidades necesarios para desempeñar con éxito su trabajo.



Dentro de este espacio se encuentran diferentes ámbitos didácticos especializados como:

- La «**Escuela de productos**», espacio de autoaprendizaje continuo que incluye contenidos formativos sobre oferta comercial, un entorno colaborativo de participación, así como videotutoriales para la red de oficinas, acerca de sus principales productos y técnicas de venta, con la posibilidad de certificar el aprendizaje al final del estudio, mediante el proyecto «Verifícate».
- La «**Escuela de ventas**», dirigida especialmente a ampliar y homogeneizar la capacitación de los gestores comerciales y profesionales de oficinas.
- La «**Escuela de formadores**», que permite la capacitación de profesionales de la compañía para liderar acciones formativas internas.
- El proyecto de «**Expertos de conocimiento**», basado en la colaboración de profesionales de la compañía con amplia experiencia en determinadas áreas, para la creación y actualización de contenidos didácticos.
- El **programa de acompañamiento en oficinas, centros y distribución**, para impulsar la transferencia de conocimientos y adopción de las mejores prácticas entre los responsables.

- **Espacio de formación continua**, donde los empleados y empleadas pueden encontrar diferentes contenidos que les ayuden a ejercer su trabajo diario con mayor diligencia y eficiencia.
- **Cursos de formación en abierto**. Periódicamente se publican convocatorias de cursos de formación de interés para los empleados.

Adicionalmente, el **personal de reparto recibe la formación** en los dispositivos PDA. A través de la aplicación «Formación» se encuentra la formación en productos, procesos operativos, normativa, herramientas, etc.

Los **empleados dedicados al reparto rural**, además de su formación de itinerario, reciben formación en el dispositivo informático PDA para la admisión y venta a domicilio de la amplia oferta de productos y servicios de las oficinas, facilitando así el acceso de la ciudadanía a los servicios de Correos en esos entornos. Esta metodología formativa también permite la capacitación de los profesionales que colaboran en los procesos electorales para la admisión del voto por correo a domicilio.

Con el fin de seguir ofreciendo la mejor experiencia formativa, en el Campus Virtual de Correos se publican encuestas de manera periódica en las que el personal de la compañía puede participar y dejar su opinión.

## 2.2. Conceptos de diversidad, inclusión y equidad en Correos

### 2.2.1. Conceptos de diversidad, inclusión y equidad en Correos

Correos es una empresa que ha ido evolucionando y adaptándose a las necesidades de sus clientes, proveedores, personal de Correos y sociedad en general. Su historia de más de 300 años lo demuestra. Seguir siendo líderes no es fácil, requiere estar a la altura de una sociedad cada vez más exigente globalizada, multicultural y diversa; de ahí que en Correos se aborde la **diversidad** como una herramienta de gestión fundamental para toda la organización, puesto que forma parte del ADN de la cultura organizativa del Grupo.

Correos es una empresa diversa por naturaleza, nuestros diferentes perfiles profesionales, procedencias, generaciones, creencias, etc., lo confirma.

Es por ello que la diversidad es una herramienta fundamental de gestión. Correos dispone de indicadores que permiten comprobar en qué medida se están alcanzado los objetivos que, como organización, se han propuesto en este ámbito de gestión.

Pero no es suficiente ser, solo, diversos, y por eso se ha avanzado más allá en la gestión de la diversidad, procurando tener una cultura inclusiva, es decir, asegurar a todas las personas un entorno laboral seguro que genere oportunidades, en el que las personas sientan

### Glosario

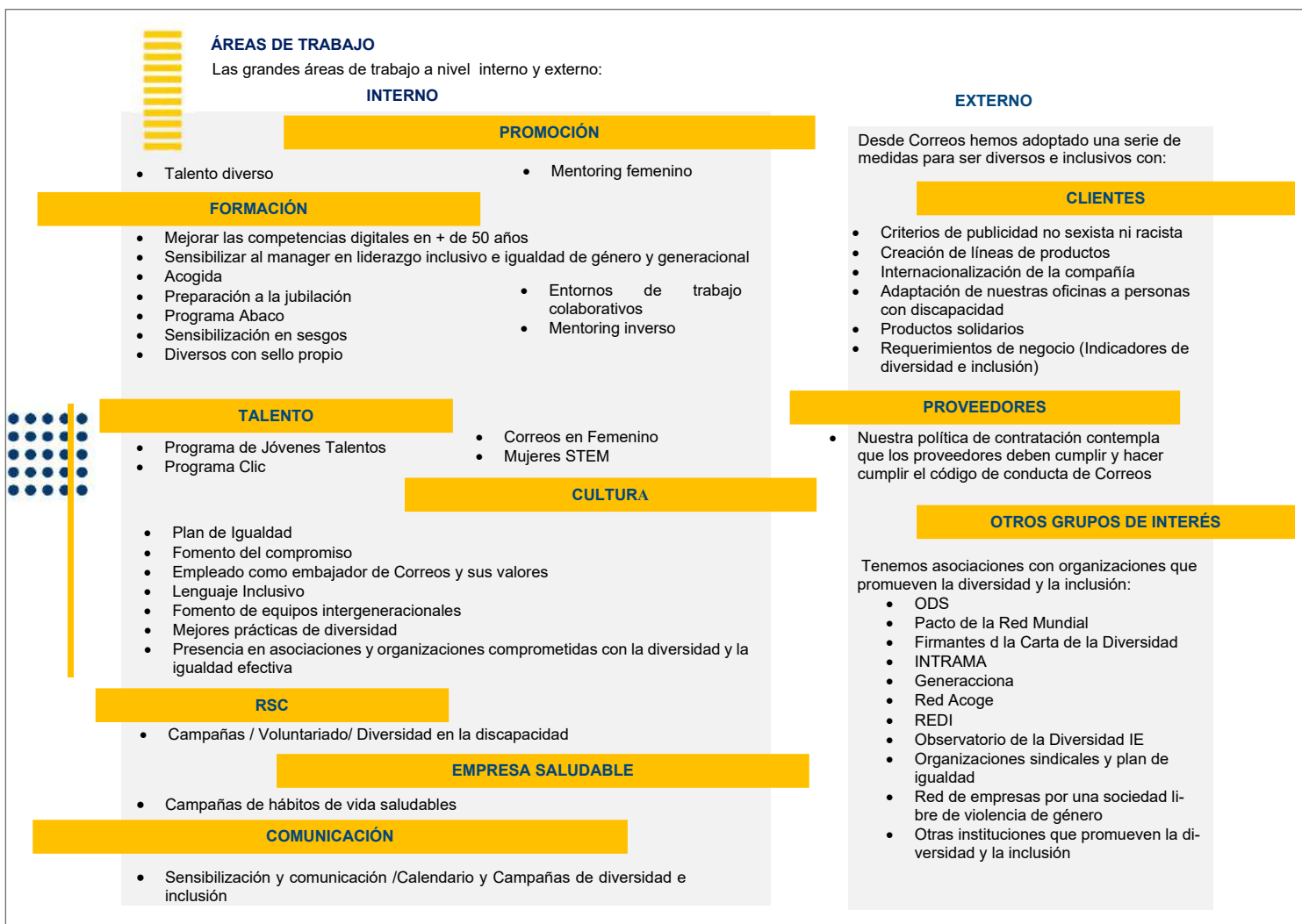
#### **Diversidad:**

Convivencia e interacción entre personas con diferencias de género, generación, discapacidad, cultura... que hacen a las personas únicas, y a Correos tan heterogéneo como la sociedad.

que pueden mostrarse en su singularidad (siendo ellas mismas) generando oportunidades para todos en igualdad de condiciones.

¿Qué líneas estratégicas determinan la gestión de Correos en este ámbito?

- **Atracción de talento:** todas las empresas compiten por atraer y retener a los mejores. Correos necesita una propuesta de valor diferenciada y adaptada a todos los perfiles.
- **Potenciación de políticas de igualdad e inclusión:** cumplimiento de directivas europeas y nacionales que exigen más visibilidad de la mujer en puestos de responsabilidad y eliminación de políticas discriminatorias.
- **Respuesta a las demandas de la sociedad:** respuesta a las demandas de los clientes y de una sociedad cada vez más plural, diversa y globalizada.
- **Respuesta a los retos de negocio:** la internacionalización y diversificación requieren diversos perfiles y estrategias para gestionar esta heterogeneidad.
- **Gestión adecuada de la diversidad intergeneracional:** la capacidad organizativa de gestionar y poner en valor como ventaja competitiva el aporte de las distintas generaciones que conviven en Correos.



Estas líneas estratégicas enumeradas responden a la consecución de una serie de objetivos:

- **Potenciar la igualdad y la inclusión:** cumplir las directivas nacionales y europeas, que exigen más visibilidad de la mujer en puestos de responsabilidad y la eliminación de políticas discriminatorias.
- **Atraer el talento:** conseguir una propuesta de valor diferenciada y adaptada a todos los perfiles, ofreciendo un entorno diverso e inclusivo.
- **Liderazgo inclusivo:** dotar al gestor de las herramientas necesarias para el éxito en su gestión de equipos cada vez más diversos.
- **Responder al negocio:** proporcionar al negocio los perfiles y las estrategias diversas que requieren la gestión en un entorno globalizado, heterogéneo y diverso.
- **Potenciar el compromiso y la involucración del personal de Correos** para llevar a cabo los cambios necesarios en el nuevo marco empresarial.

## ¿Cómo definimos la diversidad y la inclusión?

### Diversidad

Es la convivencia e interacción entre personas con diferencias de género, generación, discapacidad, cultura... que hacen a las personas únicas, y a Correos tan heterogéneo como la sociedad. La diversidad es transversal a todos los niveles y áreas, teniendo un gran impacto en el negocio. Debe promoverse desde la dirección para su proyección en la cultura corporativa, siendo las empresas motor de cambio social y promotoras de un mundo más igualitario y justo.

### Inclusión

Es el establecimiento de un entorno laboral generador de oportunidades a todas y cada una de las personas que trabajan en Correos, respetando su singularidad, y que sea reflejo de su trabajo, valorando a personas únicas y haciendo de ellas un pilar imprescindible dentro de la compañía sea cual sea su origen o condición.

## ¿Por qué es importante la diversidad?

En Correos, la diversidad es importante por tres cuestiones fundamentales:

- es empresa pública,
- es reflejo de la sociedad cada vez más heterogénea, global, diversa e inclusiva y
- existe un compromiso con el cambio: respeto y garantía de los principios de la diversidad e inclusión en el entorno laboral.

La principal preocupación de Correos es la generación de ambientes de trabajo inclusivos y respetuosos con las diferencias.

## ¿Qué son los sesgos?

Los **sesgos** son aquellas imágenes mentales preconcebidas dadas por la cultura, la experiencia o la observación que nos hacen discriminar o tener una opinión creada de una persona o suceso.

### Algunos tipos de sesgos

**Sesgo de afinidad:** evaluar de forma más positiva a personas con características similares a uno mismo.

**Sesgo de confirmación:** tendencia a la búsqueda de información o comportamientos que respalde las imágenes preconcebidas.

**Efecto de halo:** centrar la atención en un aspecto positivo concreto para la percepción general.

**Basarse en estereotipos:** creer que por su origen o condición cumple unas características y patrones de actuación concretos sin previa comprobación de ello.

## ¿Qué podemos hacer para evitarlos?

Algunos ejercicios que se podrían desarrollar son:

- **Observación** de posibles sesgos que cada uno pueda tener.
- **Reflexionar y tener consciencia** de que puede afectar a la objetividad.
- **Compartir las opiniones** con otras personas, porque es más fácil localizar los sesgos inconscientes en terceras personas que en uno mismo.
- **Respeto y aprendizaje** común.

### 2.2.2. La diversidad

#### ¿Por qué es tan importante la diversidad?

Para poder adaptarse a las exigencias y a las necesidades de clientes y proveedores, Correos necesita gestionar adecuadamente la diversidad en la organización. Es importante pensar en el bienestar del personal empleado: el objetivo es asegurar el bienestar de todos los empleados, conseguir una comunicación abierta y efectiva y que se compartan ideas de forma libre.

Todo esto hará de la diversidad una ventaja competitiva reportando muchos beneficios a la organización.

Hay que generar una cultura inclusiva. No se trata únicamente de eliminar la discriminación o añadir perfiles diferentes a la plantilla. Es necesario la creación de una cultura inclusiva lo suficientemente fuerte como para soportar cualquier tipo de diferencia y encontrar la forma de adaptarse a ella con la mayor naturalidad posible, es decir, tener una mente abierta al mundo globalizado y heterogéneo al que nos enfrentamos.

## Beneficios de la diversidad

- **Mejora la creatividad:** mejores soluciones a los problemas teniendo en cuenta diferentes puntos de vista.
- **Aumentan los ingresos:** rendimientos financieros superiores al promedio de su sector gracias al aprovechamiento del trabajo conjunto y diverso.
- **Aumento de la productividad:** retención del talento y productividad gracias a la mejora del clima laboral generando espacios de confianza donde cada uno pueda sentirse escuchado y valorado. Además, se consigue un aumento de la eficiencia laboral.
- **Mejora el factor innovación:** mejora en la toma de decisiones y resolución de problemas. Soluciones completamente únicas al brotar de un conjunto de ideas y no de una sola.
- **Mayor aportación a la sociedad:** mejora de la imagen de la empresa o reputación de cara a todos sus públicos como son los clientes, los proveedores, la sociedad o sus propios empleados. Es un factor que consigue que la empresa sea más atractiva.





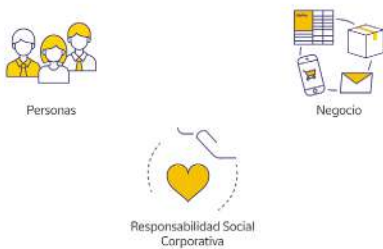
## La diversidad en Correos

Correos es una empresa diversa por naturaleza porque tenemos diferencias en:



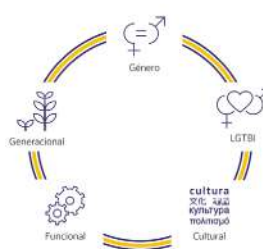
### Transversal

Porque impacta en todas las áreas de la compañía.



### Global

Porque trabaja con las diferentes dimensiones de la diversidad.



### Social y comprometida

Con las iniciativas a nivel interno y externo que apoyan la diversidad y la inclusión.

### Agenda de la diversidad en Correos

La agenda de la diversidad es el documento que engloba todas las iniciativas relacionadas con la diversidad y la inclusión en Correos.

Se caracteriza por ser:

- Transversal.
- Global.
- Social y comprometida.

### Ejes de trabajo y dimensiones de la diversidad

A través del Plan de Diversidad e Inclusión se gestionan cinco dimensiones de la diversidad y se articulan todas las iniciativas que se desarrollan en torno a siete ejes de actuación, todo ello de forma global y transversal como marca nuestra agenda de la diversidad.

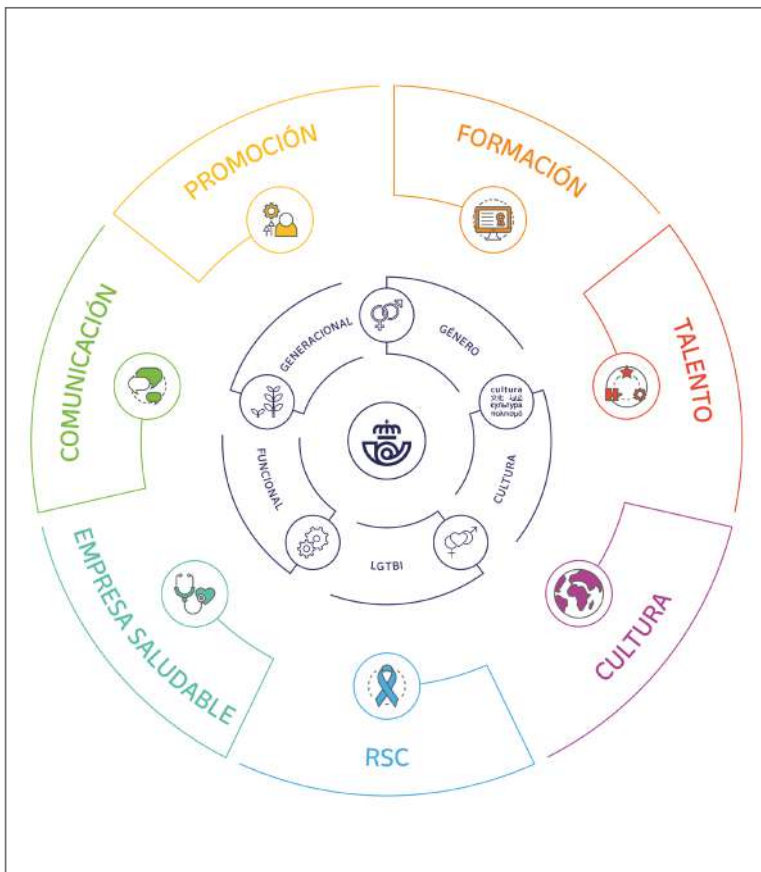
Los ejes de trabajo quedan representados en:

- **Promoción.** Las actuaciones de Correos están orientadas a disponer de mecanismos encaminados a paliar posibles desigualdades en los procesos de promoción profesional.
- **Formación.** Se han creado itinerarios formativos y contenidos relacionados con la diversidad e inclusión desde que el empleado entra en la organización hasta que se desvincula de ella. Cursos como acogida en diversidad, diversos con sello propio, liderazgo inclusivo o sesgos inconscientes son algunos de los incluidos en la oferta formativa.
- **Talento.** Correos apuesta por el talento sin etiquetas, y para impulsarlo en Correos se han creado varios programas como: jóvenes talentos, talento senior o Correos en femenino (un programa de desarrollo para dotar a las empleadas de herramientas de cara a alcanzar puestos de mayor responsabilidad en aquellas posiciones que están infrarrepresentadas).



- **Cultura.** Nuestro objetivo es crear una cultura inclusiva, tanto de arriba abajo como de abajo arriba. Para ello, iniciativas como potenciar nuestras alianzas con asociaciones, o la creación del Premio Atenea de buenas prácticas con su categoría diversidad donde los empleados han propuesto iniciativas como la guía del lenguaje inclusivo, detección del talento intergeneracional o protocolos para la inclusión del personal con discapacidad son algunos ejemplos que hemos llevado a cabo en este ámbito de actuación.
- **Sostenibilidad (RSC).** Firmar los ODS, y trabajar con las diversidades generacional y de género para abordar el reto demográfico, así como la puesta en marcha de Correos Market son algunas iniciativas que se han llevado a cabo en este eje.
- **Empresa Saludable.** En Empresa Saludable se contemplan las diferentes diversidades a través de iniciativas como: campañas específicas por sexo (mujer y salud y hombre y salud), campañas por edad (+ de 50): disminución del riesgo cardiovascular o el programa de detección precoz del cáncer de colon. Además disponemos de nuestro programa de readaptaciones para personas con discapacidad o cierto grado de discapacidad.
- **Comunicación y sensibilización.** Se ha creado un calendario de diversidad con hitos clave: febrero: mujer STEM; marzo: mes de la mujer; abril: mes diversidad intergeneracional; junio: mes LGBTIQ+; octubre: mujer rural; noviembre: contra la violencia de género; diciembre: personas con discapacidad.

Estos ejes, además, impactan sobre las dimensiones de la diversidad que se abordan en Correos:



- **Género.** En Correos hay un 53% de mujeres; se les ofrecen herramientas y programas para que puedan optar en igualdad de condiciones a puestos de mayor responsabilidad.
- **Generacional.** Se gestionan las diferencias intergeneracionales para obtener, a través de la cooperación entre generaciones, una fuente de valor y ventaja competitiva para la compañía.
- **Cultural.** Correos es reflejo de la sociedad y se cuenta con una plantilla formada por personas de diferentes nacionalidades. Con el proceso de internacionalización, gestionar esta diversidad cobra más relevancia en la estrategia de diversidad e inclusión para alcanzar mayores niveles de creatividad, eficiencia e innovación.
- **Personas con discapacidad o diversidad funcional.** En Correos se cumple con la Ley General de Discapacidad (LGD). Además se realizan otras iniciativas para integrar a personas con discapacidad.
- **LGBTIQ+.** En Correos se trabaja para crear entornos de trabajo seguros y respetuosos, donde cada persona puede mostrar su singularidad.

## Lenguaje inclusivo

Uno de los aspectos que ayudan a definir a una cultura organizativa como diversa e inclusiva es el lenguaje inclusivo, de ahí que en Correos se esté trabajando en ese enfoque en todas las comunicaciones, tanto internas como externas. En esta línea también se han publicado diferentes guías sobre lenguaje inclusivo orientado hacia el tratamiento correcto de personas con discapacidad, de orientación de género o LGBTIQ+, con el objetivo de que todas las personas que trabajen en la organización sean conscientes de la importancia de utilizar el lenguaje correctamente para crear entre todos un ambiente laboral libre de sesgos y prejuicios.

Por tanto, el lenguaje puede ser, y de hecho es, una herramienta poderosa para generar una cultura inclusiva. La lengua que se habla y se escribe es el resultado de una cultura, pero también puede ser un condicionante del pensamiento y de las conductas; es decir, de las representaciones mentales que acompañan a las palabras pronunciadas.

El lenguaje incorpora la cosmovisión social, los valores y las creencias que se comparten socialmente, de manera que se accede a la comprensión de lo que nos rodea gracias a las palabras, las metáforas, las frases hechas, los refranes, etc., todo ese reservorio de convenciones y tradiciones, de estereotipos y normativas que se incrustan y se adhieren a la experiencia a través del lenguaje. Por eso puede decirse que la lengua refleja la sociedad que la utiliza y, como es lógico, pone de manifiesto las desigualdades de consideración y estatus que se dan entre las personas.

## Costes de la no gestión de la diversidad

No gestionar la diversidad en las organizaciones impacta sobre los siguientes aspectos:

- Coste económico directo sobre los resultados.
- Coste de pérdida de compromiso de su personal.
- Riesgo de pérdida de confianza de sus accionistas.
- Pérdida de lealtad de sus clientes y sus proveedores.
- Coste social: en general hacia los *stakeholders* y su entorno.

## 2.3. Prevención de riesgos y bienestar

### 2.3.1. Normativa española en Prevención de Riesgos Laborales (PRL)

#### Historia de la prevención en España

Democracia. Es en esta etapa cuando se aprueba la norma de mayor trascendencia e importancia dentro del ámbito jurídico del país: la Constitución de 1978, que constituyó

un auténtico cambio en España. Entre otros cambios trascendentales, fue implantado un modelo territorial completamente nuevo basado en autonomías. Es a partir de este momento cuando empiezan a crearse las competencias de estas, lo que por supuesto afecta a los distintos ministerios que pasan de manera progresiva a estar menos centralizados.

El Instituto Nacional de Seguridad e Higiene en el Trabajo no se constituyó hasta 1978 como un organismo adscrito al Ministerio de Trabajo.

Otro hito histórico de esta época fue la aprobación del Estatuto de los Trabajadores en el año 1980, que cambió de manera drástica la regulación de las relaciones laborales, adaptándolas a la Constitución, y que afectó plenamente a la legislación existente en materias de seguridad e higiene en el trabajo. De hecho, esta área fue reforzada ya que se adoptaron las siguientes medidas:

- Incorporación al contrato de trabajo de las condiciones de seguridad e higiene.
- Distinción y especificación de las siguientes áreas:
  - Seguridad e higiene.
  - Prevención de riesgos laborales.
- Separación de las enfermedades y los accidentes de trabajo, que pasan a ser regulados por la Seguridad Social.

La tercera circunstancia histórica que marcó esta época fue la incorporación de España a la Unión Europea el 1 de enero de 1986. Este hito conllevó sustanciosos cambios a todos los niveles, incluida la prevención de riesgos laborales.

La Unión Europea llevaba ya tiempo implementado importantes mejoras en medidas de prevención laboral. Por tanto, encomendó al Instituto Nacional de Higiene y Seguridad en el Trabajo la tarea de mejorar y adaptar la normativa existente en esta materia en España a la exigida por la Comunidad Europea, consolidando de este modo a dicho organismo como pieza fundamental en todo lo relativo a la prevención de riesgos laborales en España.

En 1989 se promulgó la Directiva 89/391/CEE del Consejo, de 12 de junio de 1989, relativa a la aplicación de medidas para promover la mejora de la seguridad y de la salud de los trabajadores en el trabajo, la cual desembocó en la creación y aprobación de la vigente en la actualidad, la Ley 31/1995, de 8 de noviembre, de prevención de Riesgos Laborales (LPRL) en el año 1995.

### **Instituto Nacional de Seguridad y Salud en el Trabajo (INSST)**

Art.8 Ley 31/1995:

1. El Instituto Nacional de Seguridad e Higiene en el Trabajo es el órgano científico técnico especializado de la Administración General del Estado que tiene como misión el análisis y estudio de las condiciones de seguridad y salud en el trabajo, así como



la promoción y apoyo a la mejora de las mismas. Para ello establecerá la cooperación necesaria con los órganos de las Comunidades Autónomas con competencias en esta materia.



El Instituto, en cumplimiento de esta misión, tendrá las siguientes funciones:

- a) Asesoramiento técnico en la elaboración de la normativa legal y en el desarrollo de la normalización, tanto a nivel nacional como internacional.
- b) Promoción y, en su caso, realización de actividades de formación, información, investigación, estudio y divulgación en materia de prevención de riesgos laborales, con la adecuada coordinación y colaboración, en su caso, con los órganos técnicos en materia preventiva de las Comunidades Autónomas en el ejercicio de sus funciones en esta materia.
- c) Apoyo técnico y colaboración con la Inspección de Trabajo y Seguridad Social en el cumplimiento de su función de vigilancia y control, prevista en el artículo 9 de la presente Ley, en el ámbito de las Administraciones públicas.
- d) Colaboración con organismos internacionales y desarrollo de programas de cooperación internacional en este ámbito, facilitando la participación de las Comunidades Autónomas.
- e) Cualesquiera otras que sean necesarias para el cumplimiento de sus fines y le sean encomendadas en el ámbito de sus competencias, de acuerdo con la Comisión Nacional de Seguridad y Salud en el Trabajo regulada en el artículo 13 de esta Ley, con la colaboración, en su caso, de los órganos técnicos de las Comunidades Autónomas con competencias en la materia.

### **Inspección de Trabajo y Seguridad Social**

Art.9 Ley 31/1995:

1. Corresponde a la Inspección de Trabajo y Seguridad Social la función de la vigilancia y control de la normativa sobre prevención de riesgos laborales.

En cumplimiento de esta misión, tendrá las siguientes funciones:

- a) Vigilar el cumplimiento de la normativa sobre prevención de riesgos laborales, así como de las normas jurídico-técnicas que incidan en las condiciones de trabajo en materia de prevención, aunque no tuvieran la calificación directa de normativa laboral, proponiendo a la autoridad laboral competente la sanción correspondiente, cuando comprobase una infracción a la normativa sobre prevención de riesgos laborales, de acuerdo con lo previsto en el capítulo VII de la presente Ley.
- b) Asesorar e informar a las empresas y a los trabajadores sobre la manera más efectiva de cumplir las disposiciones cuya vigilancia tiene encomendada.



c) Elaborar los informes solicitados por los Juzgados de lo Social en las demandas deducidas ante los mismos en los procedimientos de accidentes de trabajo y enfermedades profesionales.

d) Informar a la autoridad laboral sobre los accidentes de trabajo mortales, muy graves o graves, y sobre aquellos otros en que, por sus características o por los sujetos afectados, se considere necesario dicho informe, así como sobre las enfermedades profesionales en las que concurren dichas calificaciones y, en general, en los supuestos en que aquella lo solicite respecto del cumplimiento de la normativa legal en materia de prevención de riesgos laborales.

e) Comprobar y favorecer el cumplimiento de las obligaciones asumidas por los servicios de prevención establecidos en la presente Ley.

f) Ordenar la paralización inmediata de trabajos cuando, a juicio del inspector, se advierta la existencia de riesgo grave e inminente para la seguridad o salud de los trabajadores.

### **Normativa de Prevención de Riesgos Laborales**

Se ofrece a continuación una recopilación de la legislación vigente española que facilita la aplicación de la normativa en materia de prevención de riesgos laborales al aglutinar en un mismo espacio toda la normativa preventiva junto con documentación del INSST tales como guías técnicas, directrices, notas técnicas de prevención, así como información complementaria de interés de otros organismos competentes en prevención.

Las normas en materia de prevención de riesgos laborales se pueden aglutinar por materias, sectores de actividad, riesgos, equipos, etc. Las más destacadas en nuestro ámbito son las siguientes:

- Ley 31/1995, de 8 de noviembre, de Prevención de Riesgos Laborales (LPRL).
- Real Decreto 486/1997, de 14 de abril, por el que se establecen las disposiciones mínimas de seguridad y salud en los lugares de trabajo.
- Real Decreto 485/1997, de 14 de abril, sobre disposiciones mínimas en materia de señalización de seguridad y salud en el trabajo.
- Real Decreto 39/1997, de 17 de enero, por el que se aprueba el Reglamento de los Servicios de Prevención.
- Real Decreto 1215/1997, de 18 de julio por el que se establecen las disposiciones mínimas de seguridad y salud para la utilización por los trabajadores de los equipos de trabajo.
- Real Decreto 487/1997, de 14 de abril, sobre disposiciones mínimas de seguridad y salud relativas a la manipulación manual de cargas que entrañe riesgos, en particular dorsolumbares, para los trabajadores.

- Real Decreto 488/1997, de 14 de abril, sobre disposiciones mínimas de seguridad y salud relativas al trabajo con equipos que incluyen pantallas de visualización.
- Real Decreto 614/2001, de 8 de junio, sobre disposiciones mínimas para la protección de la salud y seguridad de los trabajadores frente al riesgo eléctrico.
- Real Decreto 171/2004, de 30 de enero, por el que se desarrolla el artículo 24 de la Ley 31/1995, de 8 de noviembre, de Prevención de Riesgos Laborales, en materia de coordinación de actividades empresariales.
- Real Decreto 2267/2004, de 3 de diciembre, por el que se aprueba el Reglamento de seguridad contra incendios en los establecimientos industriales.
- Real Decreto 314/2006, de 17 de marzo, por el que se aprueba el Código Técnico de la Edificación.
- Real Decreto 286/2006, de 10 de marzo, sobre la protección de la salud y la seguridad de los trabajadores contra los riesgos relacionados con la exposición al ruido.
- Real Decreto 604/2006. Guía técnica sobre la integración de la prevención de riesgos laborales en el sistema general de gestión de la empresa.
- Real Decreto Legislativo 6/2015, de 30 de octubre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley sobre Tráfico, Circulación de Vehículos a Motor y Seguridad Vial.
- Real Decreto 513/2017, de 22 de mayo, por el que se aprueba el Reglamento de instalaciones de protección contra incendios.
- Real Decreto 1076/2021, de 7 de diciembre, por el que se modifica el Real Decreto 773/1997, de 30 de mayo, sobre disposiciones mínimas de seguridad y salud relativas a la utilización por los trabajadores de equipos de protección individual.

### 2.3.2. Política de PRL en Correos

La prevención de riesgos laborales tiene por objeto promover la mejora de la seguridad y salud de los trabajadores mediante la aplicación de medidas adecuadas y los procedimientos necesarios. Para ello toda empresa, de acuerdo con la Ley 31/1995 de Prevención de Riesgos Laborales (LPRL) y el Reglamento de los Servicios de Prevención (RSP), debería desarrollar un sistema de prevención.

Para elaborar dicho sistema deben respetarse los principios recogidos en la propia LPRL y en el RSP. También es importante tener en cuenta que en el diseño y desarrollo del sistema han de participar los trabajadores. La integración de sistemas es conveniente por motivos de racionalización y simplificación de procedimientos y por la propia sinergia mutua que generan.

Aunque la LPRL establece criterios de actuación para el diseño de sistemas preventivos, no existe normalización obligatoria al respecto sobre sus características. Es el empresario quien deberá configurar el propio sistema a desarrollar.

- Definición de principios y compromisos.
- Asunción de la mejora continua.
- Integración de la prevención.
- Información, formación y participación.

### **Definición de principios y compromisos**

El primer punto clave a desarrollar previo a toda planificación preventiva es la definición de la política en prevención de riesgos laborales de la empresa. La política preventiva es un proceso que se concreta en el documento mediante el cual la organización expresa formalmente las directrices y objetivos generales relativos a la prevención de riesgos laborales, determinando las funciones y responsabilidades en este campo.

Dicha política debería ser aprobada por la dirección, ya que esta es la forma de demostrar su compromiso con los temas preventivos y además es la manera de que la política tenga el refrendo adecuado ante los trabajadores. Pero, por otro lado, al elaborar la política se debe contar con la participación de los trabajadores o de sus representantes ya que a fin de cuentas son ellos los destinatarios de la misma y sin su colaboración, aportaciones y apoyo, esta no puede llegar a buen término.

La política preventiva se inicia a través de una declaración formal de principios y compromisos sobre los que asentar lo que la empresa pretende ser y hacer en materia de prevención de riesgos laborales. Son esencialmente los valores sobre los que cimentar el sistema preventivo.

Tal declaración debería establecerse por escrito y de forma clara y sencilla, divulgándose a todos los miembros de la organización, pudiendo resultar interesante que su difusión llegue incluso a otras entidades externas a la empresa como pueden ser clientes y proveedores con el fin de conseguir que todos conozcan dicha política.

### **Asunción de la mejora continua**

Un segundo punto clave sería establecer un modo de actuación, es decir, de estructurar y organizar la prevención en la empresa, lo cual significa establecer las funciones y responsabilidades que tiene cada miembro de la misma sobre esta materia.

Para ello el empresario debería decidir sobre la modalidad preventiva más adecuada, ajustándose, como mínimo, a los términos que establece la ley y teniendo en cuenta las opiniones que en este sentido tengan los trabajadores, ya que su participación, como ya se ha dicho, es fundamental en la toma de decisiones que afectan a su propia seguridad y salud laboral.

Pero la política no debe quedarse en una mera declaración de principios, el interés ha de demostrarse con hechos fehacientes, que evidencien de manera continuada la importancia que la dirección de la empresa da a la prevención.

A la hora de llevar a término la política preventiva, la legislación define aspectos clave de política empresarial que deberían ser asumidos, tales como:

a) La prevención habría de constituir un proceso de mejora continua o «acción permanente para mejorar los niveles existentes» (art. 14 LPRL), es decir, la empresa no debe conformarse con alcanzar determinados objetivos o niveles preventivos, sino que tendría que mejorarlos continuamente.

b) Integración de la actividad preventiva «en el conjunto de sus actividades y decisiones, tanto en los procesos técnicos, en la organización del trabajo y en las condiciones que este se preste como en la línea jerárquica de la empresa, incluidos todos los niveles de la misma. La integración de la prevención en todos los niveles jerárquicos de la empresa implica la atribución a todos ellos y la asunción por estos de la obligación de incluir la prevención de riesgos en cualquier actividad que realicen u ordenen y en todas las decisiones que adopten» (art. 1.1 RSP).

c) Se han de definir funciones y responsabilidades en todos los niveles jerárquicos: «El establecimiento de una acción de prevención de riesgos integrada en la empresa supone la implantación de un plan de prevención de riesgos que incluya la estructura organizativa, la definición de funciones, las prácticas, los procedimientos, los procesos y los recursos necesarios para llevar a cabo dicha acción» (art. 2.1 del RSP).

d) Se ha de garantizar la información, formación y participación de todos los trabajadores en la actividad preventiva (arts. 18 y 19 LPRL). Estas actuaciones, además de ser obligatorias por ley, constituyen una pieza clave del éxito de la implantación de la política preventiva. Los trabajadores han de conocer por qué y cuáles son los objetivos de la política preventiva y han de imbuirse de sus principios para poder aplicarla correctamente con los mecanismos adecuados para que puedan realizar aportaciones y mejoras al sistema.

En la Política de empresa de Correos se indica que el activo más importante de Correos son las personas, y también que la seguridad y salud de los mismos es uno de los principales objetivos estratégicos de la compañía.

La implicación y participación de toda la línea jerárquica es una palanca de una gestión integral de la prevención para poder llevar a cabo la máxima de «entre todos hacemos prevención».

### **Integración de la prevención**

La integración es la vinculación de la prevención de riesgos laborales en todos los niveles jerárquicos de la empresa y en cada una de las fases y procesos productivos que tengan lugar.



Tras la modificación de la Ley de PRL del año 2003, se establece que la prevención debe integrarse en el Sistema de Gestión de la Empresa, trasladando la responsabilidad a todos los integrantes de la organización, en función de las responsabilidades que cada uno tenga dentro de ella.

- Todos y cada uno de los miembros de la Empresa deben hacerse responsables de la seguridad y salud de las personas que intervienen en la actividad laboral. Se incluye también al cliente externo y al personal de otras empresas que realice su actividad en Correos. Todos los mandos de Correos que tengan personal a sus órdenes son responsables de la seguridad y la salud de los trabajadores a su cargo, por lo que deben: conocer y hacer cumplir todas las reglas de PRL que afecten al trabajo que realicen.
- El técnico de prevención realiza labores de coordinación y asesoramiento, ya no es el encargado de ejecutar ni de hacer ejecutar el Sistema de Gestión de PRL. Esta labor se extiende a todos los estamentos de la empresa, desde dirección hasta trabajadores.

La figura del mando intermedio es fundamental en la integración de la prevención en Correos, por ello, recibe formación que le permite:

- Informar sobre nuevos riesgos detectados.
- Vigilar que los trabajadores a su cargo trabajen de forma segura conforme a los procedimientos seguros, la utilización adecuada de equipos, protocolos de trabajo y recomendaciones técnico-sanitarias; en especial:
  - La formación en prevención de riesgos laborales de su puesto de trabajo.
  - La información en prevención de riesgos laborales de su puesto de trabajo y centro de trabajo.
  - Los equipos de protección individual (EPI) específicos para las tareas de su puesto de trabajo.
- Cumplir y hacer que se cumplan, en el ámbito de su competencia, las medidas preventivas.

Los incumplimientos legales en materia de prevención (EPI, información y formación...) por parte de una empresa y de los responsables en materia preventiva están tipificados con infracciones graves en el artículo 12 de la Ley sobre Infracciones y Sanciones del Orden Social (LISOS).

### 2.3.3. Estructura PRL en Correos

Las modalidades de prevención pueden ser cuatro; en función de las características de la empresa, del tipo de actividad y del número de trabajadores, el empresario organizará los recursos necesarios para el desarrollo de las actividades preventivas con arreglo a una o varias de las modalidades siguientes:

- a) Asumiendo personalmente tal actividad. Para empresas de hasta diez trabajadores, o veinticinco trabajadores si se dispone de un único centro de trabajo y las actividades

desarrolladas en la empresa no están incluidas en ninguno de los dos casos en el anexo I del Reglamento de los Servicios de Prevención, el empresario podrá asumir personalmente las actividades preventivas si realiza su actividad profesional de manera habitual en el centro de trabajo y tiene la capacidad necesaria para llevarlas a cabo.

b) Designando a uno o varios trabajadores para llevarla a cabo. El empresario podrá designar a uno o varios trabajadores para colaborar activamente en las actuaciones preventivas de la empresa. Tienen que ser suficientes en número y contar con la capacitación, medios y tiempo suficiente para ejercer estas funciones.

c) Constituyendo un servicio de prevención propio. Esta modalidad es obligatoria para empresas con más de 500 trabajadores, o 250 si realizan actividades o procesos peligrosos o con riesgos especiales incluidos en el Anexo I del Reglamento de los Servicios de prevención o cuando lo decida la Autoridad Laboral en atención a la peligrosidad de la actividad o a la frecuencia o gravedad de la siniestralidad.

Aquellas empresas que desarrollen simultáneamente sus actividades en un mismo centro de trabajo, en un polígono industrial o área geográfica limitada o pertenezcan al mismo sector productivo o grupo empresarial podrán optar por la constitución de un servicio de prevención mancomunado.

Artículo 15 del Real Decreto 39/1997, Reglamento de los Servicios de Prevención: Organización y medios de los servicios de prevención propios:

1. El servicio de prevención propio constituirá una unidad organizativa específica y sus integrantes dedicarán de forma exclusiva su actividad en la empresa a la finalidad del mismo.

2. Los servicios de prevención propios deberán contar con las instalaciones y los medios humanos y materiales necesarios para la realización de las actividades preventivas que vayan a desarrollar en la empresa.

d) Recurriendo a un servicio de prevención ajeno. El empresario podrá concertar la actividad preventiva con uno o varios servicios de prevención ajenos cuando la designación de trabajadores sea insuficiente; o no se haya optado por la constitución de un servicio de prevención propio o se haya asumido parcialmente la actividad preventiva.

CORREOS tiene asumida la modalidad preventiva de Servicio de Prevención de Riesgos Laborales Propio, para las cuatro especialidades:

- **Seguridad en el trabajo.** El objetivo que persigue es prevenir los accidentes laborales. Estudia los riesgos y las condiciones materiales que podrían afectar directa o indirectamente a la integridad de los trabajadores. Las actuaciones que se llevarán a cabo están catalogadas por el INSST. Estas actuaciones están clasificadas por familias según su causa:

- Lugar y superficie de trabajo.
- Herramientas.

## Glosario

**Seguridad en el trabajo:** Estudia los riesgos y las condiciones materiales que podrían afectar directa o indirectamente a la integridad de los trabajadores.



## Glosario

### Higiene industrial:

Ciencia y arte de identificar, evaluar y controlar los factores o agentes ambientales originados por el puesto de trabajo o que se hallan presentes en el mismo y que puedan provocar alguna enfermedad, disminución de la salud o bienestar del trabajador o incomodidad o ineficiencia significativa del individuo o colectivo.

- Máquinas.
- Electricidad.
- Incendios.
- Almacenamiento, manipulación y transporte de cargas.
- Señalización.
- Mantenimiento.

- **Higiene industrial.** Su objetivo es prevenir las enfermedades profesionales. La higiene industrial está definida por la American Industrial Hygiene Association como «la ciencia y el arte de identificar, evaluar y controlar los factores o agentes ambientales originados por el puesto de trabajo o que se hallan presentes en el mismo y que puedan provocar alguna enfermedad, disminución de la salud o bienestar del trabajador y/o incomodidad o ineficiencia significativa del individuo o colectivo».

Se trata de realizar una serie de controles ambientales, biológicos y observaciones sobre alteraciones bioquímicas o fisiológicas provocadas en el entorno laboral. Los contaminantes pueden ser: químicos (gases, vapores, aerosoles), físicos (ruido, vibraciones, temperatura, iluminación) e incluso biológicos (virus, bacterias, hongos).

- **Ergonomía y Psicología aplicada.** La **ergonomía** es una disciplina científico-técnica que estudia la relación entre el lugar de trabajo o su entorno y quienes lo realizan.

Es importante destacar que, en cuanto a su prevención, de lo que se trata es de adaptar las condiciones y organización del trabajo al individuo. Consiste en hacer el puesto de trabajo lo más cómodo y eficaz para el trabajador.

En cuanto a la **psicología**, es la disciplina que se encarga del estudio de temas tan importantes como el tiempo de trabajo, el horario, las pausas, el ritmo y la carga mental. Podemos decir que un entorno laboral es favorable cuando fomenta el rendimiento y el desarrollo personal del trabajador, así como su bienestar mental y físico. Uno de los riesgos que más afectan en este sentido en la actualidad es el estrés cuyo origen puede estar en que las exigencias del trabajo son mayores que la capacidad del trabajador para hacerle frente.

- **Medicina del trabajo.** El objetivo es controlar y vigilar la salud del trabajador observando la relación que esta tiene con el puesto que desempeña. Es el estudio de las consecuencias derivadas de las condiciones materiales y ambientales en el puesto de trabajo. Las actividades que se desarrollan dentro de la medicina del trabajo siguen estas líneas:

- Actuación coordinada con el resto de disciplinas preventivas para el diseño de los puestos de trabajo, identificación de los riesgos, evaluación y prevención de los mismos.
- Vigilancia en la salud a nivel colectivo con análisis epidemiológicos e investigación de posibles daños y vigilancia a nivel individual con exámenes médicos previos a su integración en el puesto de trabajo y durante el tiempo en el que se prolongue su actividad.

## Glosario

### Ergonomía:

Disciplina científico-técnica que estudia la relación entre el lugar de trabajo o su entorno y quienes lo realizan.

## Glosario

### Psicología:

Disciplina que se encarga del estudio de temas tan importantes como el tiempo de trabajo, el horario, las pausas, el ritmo y la carga mental.

- Atención de urgencia, elaborando una serie de protocolos para la rápida y eficaz actuación en caso de emergencias ya sea dentro de la propia empresa o fuera si existe un servicio de prevención externo para dar los primeros auxilios.
- Promoción de la salud laboral que también se abordará desde un punto de vista individual mediante consejos que afecten a cada trabajador, como desde un punto de vista colectivo planificando programas y procedimientos dirigidos a grupos de trabajadores en todo lo relacionado con su salud laboral.

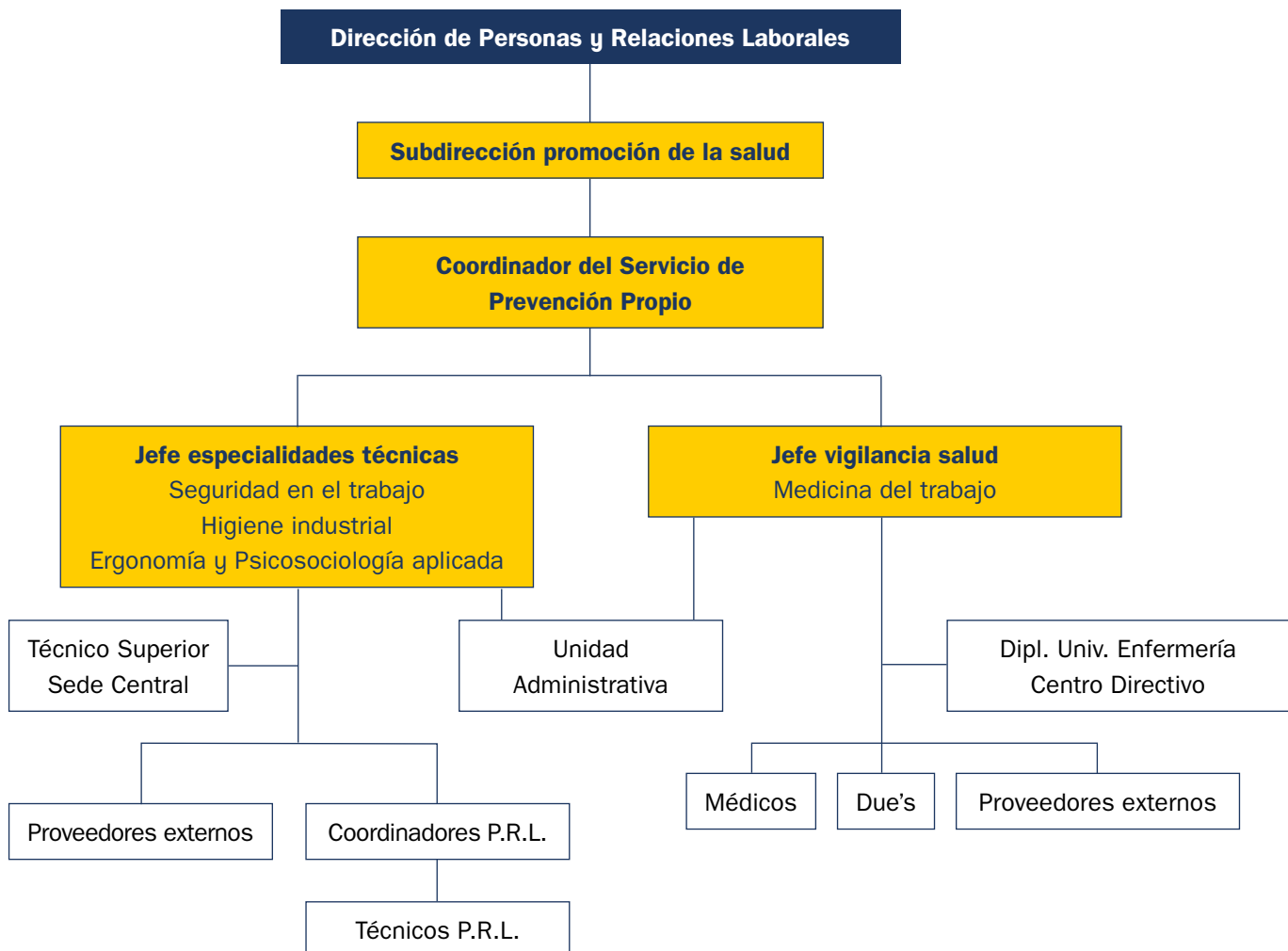
El Área de Prevención de Riesgos Laborales de cada área depende funcionalmente de la Subdirección de Promoción de la Salud y jerárquicamente de la Gerencia de Personas y Relaciones Laborales.

La creación del Servicio de Prevención Propio de Correos data de 1999 y su posterior desarrollo y ampliación en el año 2009 para dotarlo de medios materiales y humanos adecuados

## Glosario

**Medicina del trabajo:** Estudio de las consecuencias derivadas de las condiciones materiales y ambientales en el puesto de trabajo.

## Estructura del Servicio de Prevención de Riesgos Laborales en Correos





Certificado

## CERTIFICADO DE EMPRESA AUDITADA AUDITED FIRM CERTIFICATE R.D. 39/1997

**AR – 1771/2013**

AUDELCO, Auditoría y Certificación, S.A. certifica que el Sistema de Prevención de Riesgos Laborales de la empresa:

*AUDELCO, Auditoría y Certificación, S.A. certifies that the Occupational Safety & Health System of the firm:*

### Sociedad Estatal Correos y Telégrafos, S.A., S.M.E.

ha sido auditado por AUDELCO conforme a lo establecido en el artículo 30 del Reglamento de los Servicios de Prevención, habiéndose emitido opinión favorable en informe de fecha 15/12/2021, Ref. 21140-L

*Has been audited by AUDELCO according with the requirements of article 30 of the prevention services decree having of issued satisfactory report dated on 15/12/2021, Ref. 21140-L*

El presente certificado es válido durante el periodo abajo indicado, sujeto a las condiciones establecidas en el artículo 30.4 de dicho Reglamento.

*This certificate is valid for the period mentioned below, subject to the conditions established on article 30.4 of the mentioned decree.*

Fecha de emisión: 15/12/2021

*Date of issue:*

Fecha de caducidad: 15/12/2025

*Expiry date:*

**AUDELCO**

Auditoría y Certificación, S.A.

C/ Ferraz, 3  
2º Dcha  
28008 Madrid

Eliás Parga Landa  
Director Técnico



**AUDELCO**  
Auditoría y Certificación

AUDELCO, Auditoría y Certificación, S.A. está autorizada como entidad especializada en auditoría del Sistema de Prevención de Riesgos Laborales, con ámbito de actuación en todo el territorio Nacional. Resolución de la Dirección General de Trabajo y Empleo de la Comunidad de Madrid de fecha 24/07/1998. Inscrito con el número 1 de su registro.

AUDELCO, Auditoría y Certificación, S.A. is specialized in specializd audit of safety & health system. With the authorization of the National Association of the Prevention General de Trabajo y Empleo, of the Community of Madrid dated 24/07/1998. Registered with number 1 of its register book.

a la magnitud y características propias de la organización hasta contar en la actualidad con más de 90 miembros.

Es pues el año 2009 el punto de inflexión hacia un cambio de proyecto, con la creación de la Subdirección de Promoción de la Salud dentro de la Dirección de Recursos Humanos, ampliando posteriormente la plantilla del Servicio de Prevención en el ámbito de área con técnicos especializados convirtiéndose en uno de los servicios de prevención propios más grandes a nivel nacional. Cabe además destacar la importancia de esta ampliación tanto por el número como por la distribución de estos efectivos, ya que se crea toda una estructura periférica adaptándose a la dispersión geográfica de la plantilla.

El Servicio de Prevención cuenta así con representación en todas y cada una de las áreas territoriales en las que se estructura la organización.

Entre las funciones más importantes del Servicio de Prevención (art. 31 LPRL) podemos distinguir las que se detallan de modo no exhaustivo a continuación:

- Funciones de asesoramiento y asistencia al empresario y estructura directiva para la integración de la prevención en la empresa, es decir, para el diseño, implantación y aplicación del Plan de Prevención de riesgos laborales:
  - Promover la integración de la prevención.
  - Apoyar la integración de la prevención en el sistema general de gestión.
  - Asegurar un adecuado intercambio de información entre el SPP y la empresa, y atender las consultas formuladas por esta.
  - Valorar la integración de la prevención.
  - Asesorar al equipo directivo en relación con la consulta a los trabajadores.
- Actividades especializadas cuya gestión y ejecución corresponde esencialmente al SPP:
  - Evaluación de los riesgos y estudios técnicos preventivos.
  - Propuesta de planificación de la actividad preventiva.
  - Información y formación de los trabajadores.
  - Vigilancia de la salud de los trabajadores.
  - Planes de emergencia que planifican y organizan la utilización de los medios técnicos y recursos humanos para mitigar las consecuencias que se podrían dar en una situación de emergencia.

Cada 4 años, y conforme el artículo 30 del Reglamento de los Servicios de Prevención, el Sistema de Prevención de Riesgos laborales de Correos es auditado por una empresa externa certificada.

### **Delegados de prevención en Correos**

Los delegados de prevención son los representantes de los trabajadores con funciones específicas en materia de prevención de riesgos en el trabajo. La Ley de Prevención de Riesgos

Laborales (LPRL) reconoce que, para proteger la salud de las personas trabajadoras, debe contarse con la participación de todo el personal de la empresa.

- **¿Cómo se eligen los delegados de prevención?**

Los delegados de prevención serán designados por y entre los representantes del personal. El número de delegados de prevención varía en función de la plantilla.

En los centros de trabajo que no tengan representación de los trabajadores, los trabajadores podrán elegir por mayoría a un representante que ejerza las competencias de delegado de prevención con sus garantías, obligaciones y facultades. En cuanto se reúnan las condiciones para poder elegirlo, la actuación del anterior cesará.

La Ley de Prevención de Riesgos Laborales no prevé una duración determinada del mandato de los delegados de prevención, por lo que la duración dependerá del mantenimiento de la condición como representante de los trabajadores.

- **Formación en prevención**

El empresario debe proporcionar a los delegados de prevención los medios y la formación en materia preventiva que resulte necesaria para el ejercicio de sus funciones. Dicha formación se deberá facilitar mediante medios propios o concierto con entidades especializadas y deberá adaptarse a la evolución de los riesgos y a la aparición de otros nuevos, repitiéndose periódicamente si fuera necesario.

La formación del delegado de prevención deberá ser como mínimo de 30 horas, salvo en las empresas que desarrollan alguna actividad incluida en el Anexo I del Reglamento de los Servicios de Prevención, que tendrá una duración mínima de 50 horas, según se indique en convenio. Esta formación les capacita para el desempeño de las funciones de nivel básico. El tiempo dedicado a la formación será considerado como tiempo de trabajo efectivo a todos los efectos y su coste no podrá recaer en ningún caso sobre los delegados.

- **¿Qué competencias y facultades tienen?**

Las competencias atribuidas a los delegados de prevención (artículos 36 y 37 de la LPRL) pretenden garantizar que el empresario adopta las medidas adecuadas para que los trabajadores reciban todas las informaciones necesarias:

- Colaborar con la dirección de la empresa en la mejora de la acción preventiva.
- Promover y fomentar la cooperación de los trabajadores en la ejecución de la normativa sobre prevención de riesgos laborales.
- Ser consultados, con carácter previo a su ejecución, acerca de decisiones como planificación y organización del trabajo en la empresa, introducción de nuevas tecnologías y elección de los equipos de trabajo; organización y desarrollo de actividades de protección de la salud y prevención de riesgos profesionales; designación de los trabajadores encargados de las medidas de emergencia; organización y planificación de la formación en materia preventiva, o cualquier otra acción que pueda tener efectos sobre la seguridad y salud de los trabajadores.
- Ejercer una labor de vigilancia y control sobre el cumplimiento de la normativa de prevención de riesgos laborales.

## 2.3.4. Obligaciones de la empresa y los trabajadores en materia de PRL

### Obligaciones de la empresa

#### **Artículo 15 de la Ley 31/1995 de Prevención de Riesgos Laborales: Principios de la acción preventiva**

El empresario, incluidas las Administraciones públicas, tiene el deber de proteger a sus trabajadores frente a los riesgos laborales, garantizando su salud y seguridad en todos los aspectos relacionados con su trabajo, mediante la integración de la actividad preventiva en la empresa y la adopción de cuantas medidas sean necesarias.

El empresario aplicará las medidas que integran el deber general de prevención con arreglo a los siguientes principios generales:

- Evitar los riesgos.
- Evaluar los riesgos que no se puedan evitar.
- Combatir los riesgos en su origen.
- Adaptar el trabajo a la persona, en particular en lo que respecta a la concepción de los puestos de trabajo, así como a la elección de los equipos y los métodos de trabajo y de producción, con miras, en particular, a atenuar el trabajo monótono y repetitivo y a reducir los efectos del mismo en la salud.
- Tener en cuenta la evolución de la técnica.
- Sustituir lo peligroso por lo que entrañe poco o ningún peligro.
- Planificar la prevención, buscando un conjunto coherente que integre en ella la técnica, la organización del trabajo, las condiciones de trabajo, las relaciones sociales y la influencia de los factores ambientales en el trabajo.
- Adoptar medidas que antepongan la protección colectiva a la individual.
- Dar las debidas instrucciones a los trabajadores.

La prevención de riesgos laborales deberá integrarse en el sistema general de gestión de la empresa, tanto en el conjunto de sus actividades como en todos los niveles jerárquicos de esta, a través de la implantación y aplicación de un plan de prevención de riesgos laborales. En concreto, la empresa debe:

- Adoptar un modelo de organización preventiva en la empresa: en el caso de Correos, Servicio de Prevención Propio (SPP).
- Elaborar un plan de prevención de riesgos laborales.
- Evaluar los riesgos y planificar la prevención.
- Formar e informar a los trabajadores: se debe informar y formar a los trabajadores respecto a sus riesgos en el trabajo y sobre las medidas o actividades para prevenirlos, especialmente ante emergencias y ante riesgo grave e inminente.





- Consulta y participación de los trabajadores: el empresario tiene que consultar con los trabajadores, o sus representantes, todas las cuestiones que afecten a su seguridad y salud en el trabajo, permitiendo su participación.
- Vigilar la salud de los trabajadores.
- Coordinar las actividades empresariales: cuando en un mismo centro de trabajo desarrollen actividades trabajadores de dos o más empresas, incluidos los autónomos, estos deberán cooperar en la aplicación de la normativa de prevención de riesgos laborales a través de una adecuada coordinación de actividades empresariales.
- Adoptar medidas en caso de emergencia.
  - La prestación de los primeros auxilios.
  - La lucha contra incendios.
  - La evacuación de los trabajadores y otros afectados.
- Investigar los daños para la salud (accidentes de trabajo y enfermedades profesionales).
- Documentar las actividades preventivas: se debe elaborar y conservar a disposición de la autoridad laboral, como mínimo, la documentación relativa a la gestión de la prevención que se indica en el artículo 23 de la LPRL.
- Proteger a colectivos de riesgo: trabajadores especialmente sensibles, mujeres embarazadas...

## Obligaciones de los trabajadores

### **Artículo 29 de la Ley 31/1995 de Prevención de Riesgos Laborales: Obligaciones de los trabajadores en materia de prevención de riesgos.**

1. Corresponde a cada trabajador velar, según sus posibilidades y mediante el cumplimiento de las medidas de prevención que en cada caso sean adoptadas, por su propia seguridad y salud en el trabajo y por la de aquellas otras personas a las que pueda afectar su actividad profesional, a causa de sus actos y omisiones en el trabajo, de conformidad con su formación y las instrucciones del empresario.
2. Los trabajadores, con arreglo a su formación y siguiendo las instrucciones del empresario, deberán en particular:
  - 1.º Usar adecuadamente, de acuerdo con su naturaleza y los riesgos previsibles, las máquinas, aparatos, herramientas, sustancias peligrosas, equipos de transporte y, en general, cualesquiera otros medios con los que desarrollen su actividad.
  - 2.º Utilizar correctamente los medios y equipos de protección (EPI) facilitados por el empresario, de acuerdo con las instrucciones recibidas de este.
  - 3.º No poner fuera de funcionamiento y utilizar correctamente los dispositivos de seguridad existentes o que se instalen en los medios relacionados con su actividad o en los lugares de trabajo en los que esta tenga lugar.

- 4.º Informar de inmediato a su superior jerárquico directo, y a los trabajadores designados para realizar actividades de protección y de prevención o, en su caso, al servicio de prevención, acerca de cualquier situación que, a su juicio, entrañe, por motivos razonables, un riesgo para la seguridad y la salud de los trabajadores.
  - 5.º Contribuir al cumplimiento de las obligaciones establecidas por la autoridad competente con el fin de proteger la seguridad y la salud de los trabajadores en el trabajo.
  - 6.º Cooperar con el empresario para que este pueda garantizar unas condiciones de trabajo que sean seguras y no entrañen riesgos para la seguridad y la salud de los trabajadores.
3. El incumplimiento por los trabajadores de las obligaciones en materia de prevención de riesgos a que se refieren los apartados anteriores tendrá la consideración de incumplimiento laboral a los efectos previstos en el artículo 58.1 del Estatuto de los Trabajadores o de falta, en su caso, conforme a lo establecido en la correspondiente Boletín Oficial del Estado.

### 2.3.5. Derechos de los trabajadores en materia de la PRL

#### **Artículo 14 de la Ley 31/1995: Derecho a la protección frente a los riesgos laborales.**

1. Los trabajadores tienen derecho a una protección eficaz en materia de seguridad y salud en el trabajo.

El citado derecho supone la existencia de un correlativo deber del empresario de protección de los trabajadores frente a los riesgos laborales. Este deber de protección constituye, igualmente, un deber de las Administraciones públicas respecto del personal a su servicio. Los derechos de información, consulta y participación, formación en materia preventiva, paralización de la actividad en caso de riesgo grave e inminente y vigilancia de su estado de salud, en los términos previstos en la presente ley, forman parte del derecho de los trabajadores a una protección eficaz en materia de seguridad y salud en el trabajo.

2. En cumplimiento del deber de protección, el empresario deberá garantizar la seguridad y la salud de los trabajadores a su servicio en todos los aspectos relacionados con el trabajo. A estos efectos, en el marco de sus responsabilidades, el empresario realizará la prevención de los riesgos laborales mediante la integración de la actividad preventiva en la empresa y la adopción de cuantas medidas sean necesarias para la protección de la seguridad y la salud de los trabajadores, con las especialidades que se recogen en los artículos siguientes en materia de plan de prevención de riesgos laborales, evaluación de riesgos, información, consulta y participación y formación de los trabajadores, actuación en casos de emergencia y de riesgo grave e inminente, vigilancia de la salud, y mediante la constitución de una organización y de los medios necesarios en los términos establecidos en el capítulo IV de esta ley.

El empresario desarrollará una acción permanente de seguimiento de la actividad preventiva con el fin de perfeccionar de manera continua las actividades de identificación, evaluación y control de los riesgos que no se hayan podido evitar y los niveles de protección existentes y dispondrá lo necesario para la adaptación de las medidas de pre-

vección señaladas en el párrafo anterior a las modificaciones que puedan experimentar las circunstancias que incidan en la realización del trabajo.

3. El empresario deberá cumplir las obligaciones establecidas en la normativa sobre prevención de riesgos laborales.
4. Las obligaciones de los trabajadores establecidas en esta Ley, la atribución de funciones en materia de protección y prevención a trabajadores o servicios de la empresa y el recurso al concierto con entidades especializadas para el desarrollo de actividades de prevención complementarán las acciones del empresario, sin que por ello le eximan del cumplimiento de su deber en esta materia, sin perjuicio de las acciones que pueda ejercitar, en su caso, contra cualquier otra persona.
5. El coste de las medidas relativas a la seguridad y la salud en el trabajo no deberá recaer en modo alguno sobre los trabajadores.

En resumen, para una adecuada actuación preventiva, el trabajador tiene derecho a:

- Ser informado directamente de los riesgos para su salud y seguridad y de las medidas preventivas adoptadas, incluidas las previstas para hacer frente a situaciones de emergencia.
- Recibir una formación teórica y práctica, suficiente y adecuada en el momento de su contratación y cuando cambie el contenido de la tarea encomendada o se introduzcan nuevas tecnologías o cambios en los equipos de trabajo. La formación deberá estar centrada específicamente en el puesto de trabajo o función de cada trabajador, adaptarse a la evolución de los riesgos y a la aparición de otros nuevos y repetirse periódicamente, si fuera necesario.
- Interrumpir su actividad y, si fuera necesario, abandonar el lugar de trabajo, cuando considere que dicha actividad entraña un riesgo grave e inminente para su vida o su salud.
- Tener garantizada una vigilancia periódica de su estado de salud, en función de los riesgos inherentes a su puesto de trabajo.
- Disponer de las medidas de protección específicas cuando, por sus propias características personales o estado biológico conocido o incapacidad física, psíquica o sensorial, sean especialmente sensibles a determinados riesgos derivados del trabajo.
- Ser consultados y participar en todas las cuestiones que afecten a la seguridad y a la salud en el trabajo. Los trabajadores tendrán derecho a efectuar propuestas al empresario y a los órganos de participación y representación (delegados de prevención, comité de seguridad y salud), a través de quienes se ejerce su derecho a participar.

### **2.3.6. Procedimientos y protocolos preventivos aplicables al grupo profesional IV: Operativos**

#### **Procedimientos preventivos**

Dentro del Plan de Prevención de Correos hay una serie de procedimientos y protocolos preventivos que son de aplicación al grupo profesional de Operativos.

## PR002 Procedimiento de evaluación de riesgos

Es el proceso dirigido a estimar la magnitud de los riesgos y a ofrecer la información necesaria para establecer las prioridades indispensables en las acciones de eliminación y control de los riesgos.

La **evaluación de riesgos** comprende tanto la del lugar de trabajo como la del puesto de trabajo del centro evaluado.

Durante las visitas a los diferentes centros de trabajo se procederá a la recogida de la información referente al proceso productivo, instalaciones y personal, recopilando toda la documentación que pudiera aportar algún dato significativo para las sucesivas fases de identificación y valoración de los riesgos laborales. En concreto se procederá a la recogida de información sobre la actividad, las instalaciones la maquinaria, las herramientas de trabajo, el proceso productivo y los puestos con sus funciones y tareas, así como el ambiente laboral, y prestando especial atención a los trabajadores especialmente sensibles. Fruto de esta recogida de datos se realizarán las mediciones, que el técnico que lleva a cabo la evaluación considere oportunas, así como la evaluación psicosocial específica si detecta indicios de riesgo de este tipo.

Para la identificación de puestos, se ha considerado el concepto de «puesto de trabajo preventivo» (PTP), de tal forma que se agrupará a todos los trabajadores que realizan funciones similares y están sometidos a los mismos riesgos. Debido a la gran cantidad de puestos existentes en nuestra Organización se ha procedido a agrupar a todos los trabajadores que realizan funciones similares y están sometidos a los mismos riesgos, definiéndose los siguientes puestos de trabajo:

<b>RECEPCIÓN Y ENTREGA</b>	D. Oficina	PTP-5
	At. Cliente	PTP-4
<b>TRATAMIENTO</b>	Jefe tratamiento	PTP-8
	Ag. Clasificador 1 - Carretillero	PTP-2
	Ag. Clasificador 2	PTP-3
	Ag. Clasificador 2 - Centros pequeños	PTP-3.1
<b>DISTRIBUCIÓN</b>	Jefe distribución	PTP-7
	Reparto 1 moto/bici	PTP-11
	Reparto 2 pie	PTP-12
	Reparto 3 vehículo 4 ruedas	PTP-16

La metodología aplicada para la realización de las evaluaciones de riesgo está basada en el documento sobre Evaluación de Riesgos Laborales editado por el Instituto Nacional de Seguridad e Higiene en el Trabajo.



## PR004 Investigación de los accidentes laborales

Es preciso manejar con fluidez las siguientes definiciones.

**Accidente con lesión a personas:** se entiende por accidente de trabajo toda lesión corporal que el trabajador sufre con ocasión o por consecuencia del trabajo que ejecute.

**Accidente sin baja:** este tipo de accidente requiere asistencia de un médico, pero le permite volver al trabajo dentro del mismo día o turno o al comienzo del siguiente, aunque pueda necesitar nueva atención médica en días sucesivos.

**Accidente con baja:** este es el tipo de accidente más lesivo, e impide al trabajador la asistencia al trabajo por un periodo mayor de un día o turno en el que se produce.

**Accidente grave:** accidente que, dadas las consecuencias del mismo, es calificado por el servicio médico que le atiende como grave.

**Accidente mortal:** accidente como resultado del cual se produce el fallecimiento de uno o varios trabajadores.

**Accidente in misión:** el sufrido por el trabajador en el trayecto que tenga que realizar para el cumplimiento de la misión, así como el acaecido en el desempeño de la misma dentro de la jornada laboral.

**Accidente in itinere:** estos son los accidentes que se producen en el itinerario, camino de ida o vuelta del trabajo, independientemente que sean con baja o sin ella.

**Accidente material:** accidente en el que no se producen daños personales pero que conlleva unas pérdidas económicas importantes para la empresa por los daños producidos en las instalaciones o equipos de trabajo.

**Incidente:** hecho que, pese a no haber producido daños materiales ni personales, ha generado un riesgo potencial importante que haga necesaria su investigación.

### **Gestión de accidentes**

Una vez que se produce un accidente, lo primero es la salud de nuestros trabajadores mediante la asistencia sanitaria. Esta puede proporcionarse de urgencia o no.

- Eventuales/Laborales: recibirán asistencia médica tras un accidente, en la Mutua.
- Funcionarios: recibirán asistencia médica tras un accidente en MUFACE.

Una vez que se produce el accidente, el trabajador debe comunicar el suceso a su superior inmediato, proporcionando la máxima información sobre el suceso para así colaborar en la investigación del accidente.

La Ley 31/1995, de 8 de noviembre, de Prevención de Riesgos Laborales prevé en su artículo 16 que cuando se produzca un daño para la salud de los trabajadores, el empresario

llevará a cabo una investigación al respecto, a fin de detectar las causas de estos hechos. Este procedimiento tiene como objetivo definir la sistemática para la investigación y el análisis de los accidentes de trabajo, así como conocer las causas que generan los daños a la salud a través de un análisis previo de los hechos ocurridos. El fin último es poder implantar medidas correctoras encaminadas tanto a eliminar como a minimizar, cuando no se puedan eliminar, las causas y, de este modo, evitar la repetición del mismo accidente o similares, además de aprovechar la experiencia para mejorar la prevención en la empresa.

Las causas que determinan los **accidentes** son:

- **Causas inmediatas** del accidente: son las causas inmediatamente anteriores que dan lugar al accidente (acciones y condiciones inseguras).
- **Causas básicas** del accidente: son las causas que están en el origen del accidente (factores personales y del trabajo).

A partir de las **causas básicas** se determinan las **medidas correctoras** que se deben llevar a cabo para eliminar estas, siendo este el punto fundamental de la investigación.

## PR005 Información, consulta y participación de los trabajadores

El objeto específico de este procedimiento es establecer mecanismos eficaces que permitan la consulta y participación efectiva sobre todas las cuestiones que afecten a la salud y seguridad en el trabajo en la empresa, de conformidad con lo dispuesto en el capítulo V de la Ley 31/1995. También aquí es necesario manejar con fluidez la terminología exacta.

**Delegados de prevención:** son los representantes de los trabajadores con funciones específicas en materia de prevención de riesgos en el trabajo.

**Comité Provincial de Seguridad y Salud-CPSS:** es el órgano paritario y colegiado de participación destinado a la consulta regular y periódica de las actuaciones de la empresa en materia de prevención de riesgos, en el ámbito provincial.

**Comisión Estatal de Salud Laboral-CESL:** es el órgano central de participación en materia de seguridad y salud laboral.

### Método de Correos

- Entrega de documentación por parte de la empresa.
- Entrega de documentación por parte de los delegados de prevención.
- Visita de los delegados de prevención a centros de trabajo.
- Comunicación de daños a la salud:
  - Para el caso de accidente grave, muy grave, mortal o que afecte a más de cuatro trabajadores, en cuanto la Jefatura de Relaciones Laborales Territorial tenga conocimiento



## Glosario

### AATT y EEPP:

Acrónimos de Accidentes de Trabajo y Enfermedades Profesionales, respectivamente.

del mismo, lo pondrá en conocimiento de los delegados de prevención de la provincia, al objeto de que estos, conforme a la normativa, puedan presentarse en el lugar de los hechos para conocer las circunstancias.

- Para el resto de accidentes/incidentes: relación de AATT y EEPP, procesos con y sin baja médica.
- Cabe hacer constar que el acceso a la información médica de carácter personal se limitará al personal médico y a las autoridades sanitarias que lleven a cabo la vigilancia de la salud de los trabajadores, sin que pueda facilitarse al empresario o a otras personas sin consentimiento expreso del trabajador (art. 22.4 LPRL 31/1995).
- Los datos personales de los trabajadores serán tratados en el marco del cumplimiento de la Ley de Protección de Datos (LOPD).

### **Organizaciones Sindicales (OOSS) integrantes de la CESL, CPSS y delegados de prevención**

- Remisión de la documentación relacionada con el orden del día a la secretaría de la CESL y del CPSS, con anterioridad a su celebración.
- Deber de sigilo profesional.

## PR006 Vigilancia de la salud

**Reconocimientos médicos de vigilancia de la salud:** se trata de una serie de exámenes de salud específicos que se realizan en función de los riesgos para la salud que se pueden presentar en el puesto de trabajo.

**Protocolos específicos:** se trata de sistemáticas de vigilancia de la salud específicas y estructuradas que recogen la normativa sobre reconocimientos de Vigilancia de la Salud del Ministerio de Sanidad y otros organismos oficiales, así como aquellos no regulados en la normativa actual y que pone en funcionamiento la empresa para valorar la salud de los trabajadores en función de una serie de riesgos específicos.

- Protocolo para pantallas de visualización de datos.
- Protocolo para manipulación manual de cargas.
- Protocolo para riesgos de ruido.
- Protocolo para movimientos repetitivos del miembro superior.
- Protocolo para posturas forzadas.
- Protocolo para trabajadores nocturnos.
- Protocolo para conductores.

**Pruebas complementarias:** se trata de pruebas que se realizan con objeto de verificar determinados parámetros relacionados con la salud del trabajador y la influencia que pudieran tener sobre él las consecuencias de su trabajo.

**Informe previo de aptitud:** es el informe que emite el facultativo como consecuencia del reconocimiento médico para la vigilancia de la salud en relación con el puesto de trabajo que ocupa el reconocido.



- *Apto:* es el estado en el que se encuentra un trabajador reconocido como capacitado para realizar todas las funciones que desarrolla en su puesto de trabajo.
- *Apto con limitaciones:* es el estado en el que se encuentra un trabajador al que se le reconoce que puede realizar la mayoría de las funciones de su puesto de trabajo, pero con una serie de medidas restrictivas en una o varias de las tareas que realiza.
- *No apto temporalmente:* es el estado en el que se encuentra un trabajador que, en el momento en que se realiza el reconocimiento, no se encuentra capacitado para realizar una o varias de las tareas o funciones de su puesto de trabajo de manera temporal.
- *No apto definitivamente:* es el estado en el que se encuentra un trabajador al que se le reconoce que no puede realizar la mayoría o gran parte de las funciones de su puesto de trabajo de manera definitiva.

Correos ha desarrollado un **Plan de Vigilancia de la Salud** basado en reconocimientos médicos al personal que se realizarán en función del riesgo identificado en el puesto. Dicho plan establece protocolos y pruebas complementarias a realizar en función del nivel del puesto ocupado, y garantiza en todo momento, en virtud del art. 22.4, que los datos relativos a la vigilancia de la salud no se usarán con fines discriminatorios ni en perjuicio del trabajador.

Incluye:

1. Reconocimientos periódicos de vigilancia de la salud.
2. Formación en primeros auxilios.
3. Vacunaciones.
4. Actividad asistencial.
5. Otros reconocimientos no periódicos: tras bajas médicas de larga duración, trabajadores especialmente sensibles, para determinar posibles riesgos en el embarazo, etc.
6. Informes médicos.
7. Seguimiento de la actividad sanitaria de la vigilancia de la salud.
8. Aplicación de protocolos específicos de actuación.
9. Colaboración con Salud Pública de las diferentes comunidades autónomas en la detección y seguimiento de posibles casos de enfermedades de declaración obligatoria (tuberculosis, etc.).
10. Otras actividades sanitarias: reposición de material de botiquines.
11. Campañas divulgativas de promoción de hábitos saludables.
12. Campañas preventivas.
13. Procesos de apoyo.

### **Método de reconocimientos médicos periódicos**

El jefe de centro colocará la comunicación de inicio de la campaña de vigilancia de la salud en el tablón de anuncios, informará a los trabajadores de los tipos de reconocimiento exis-

tentes (voluntarios y obligatorios según puesto y funciones) y recogerá los registros de solicitud o renuncia según casos:

- Los trabajadores que por su puesto de trabajo y funciones tengan asociado un reconocimiento médico voluntario podrán solicitar la realización del mismo o renunciar a él mediante el registro por escrito.
- Los trabajadores que por su puesto de trabajo y funciones tengan asociado un reconocimiento médico obligatorio deberán firmar el documento «Comunicación reconocimiento médico obligatorio».

Tras haber recopilado todos los registros entregados por los trabajadores al Área de Vigilancia de la Salud de la sede, el jefe de RRHH de zona, o la persona en quien delegue, procederá a la citación de los empleados a reconocimiento médico, en los que se aplicarán los protocolos específicos que apliquen a cada PTP.

Posteriormente se genera el informe médico que se entregará firmado al trabajador adjuntando los resultados de las pruebas complementarias realizadas. Se entrega en sobre cerrado al trabajador.

El informe previo de aptitud puede indicar que el trabajador es:

- Apto para puesto de trabajo.
- Apto con limitaciones (con una serie de medidas restrictivas en una o varias de las tareas que realiza).
- No apto temporalmente (no se encuentra capacitado para realizar una o varias de las tareas y/o funciones de su puesto de trabajo de manera temporal).
- No apto definitivamente (no puede realizar la mayoría o gran parte de las funciones de su puesto de trabajo de manera definitiva).

## Formación, información y competencia

Los sujetos potenciales del modelo de formación, información y competencia son todos los empleados de la empresa, independientemente de su relación laboral, funcionarios o laborales y la duración temporal de la misma, fijos o eventuales, a través de los puestos de trabajo preventivos (PTP).

### Formación

- **Formación de Itinerario:** formación para el personal operativo de oficinas, centros y distribución, sus contenidos se orientan a la descripción de conceptos preventivos básicos, la integración y organización de la prevención en la empresa y la descripción genérica de los riesgos y medidas preventivas de los diferentes puestos y centros de trabajo de Correos. Los cursos que componen cada perfil son:

FORMACIÓN ATC (ATENCIÓN AL CLIENTE - PERSONAL DE OFICINAS)		
Itinerario Formativo BÁSICO		
Obligatoria		
41751041	PRL (Prevención de Riesgos Laborales) ATC	normativa
41755739	PREVENCIÓN COVID-19 2022	
41750231	PBC (Prevención Blanqueo de Capitales) ATC 2022	
41755175	RGPD BÁSICO OL 2022 (Reglamento General de Protección de Datos Básico Online)	
41755513	PREVENCIÓN DE RIESGOS PENALES_ATC_2022	

FORMACIÓN ACR (AUXILIAR DE CLASIFICACIÓN Y REPARTO - PERSONAL DE DISTRIBUCIÓN)				
Itinerario Formativo				
Obligatoria				
41754053	PRL (Prevención de Riesgos Laborales) ACR	41752451	PREV. RIESGOS REPARTO MOTO	normativa
41755743	PREVENCIÓN COVID-19 2022			
41755511	PREVENCIÓN RIESGOS PENALES			
41754733	RGPD MLEARNING 2022			
41751960	PBC DISTRIBUCIÓN			

FORMACIÓN AGENTE (PERSONAL DE CENTROS)		
Itinerario Formativo		
Obligatoria		
41754134	PRL AGENTE	normativa
41755512	PREVENCIÓN DE RIESGOS PENALES	
41754696	RGPD Y SEGURIDAD	
41755742	PREVENCIÓN COVID-19 2022	

- **Formación específica:** formación que desarrolla el conocimiento de los riesgos y medidas preventivas específicos de los diferentes PTP y de las diferentes actividades laborales de la Compañía.
- **Formación específica práctica en centro y puesto de trabajo.** Formación presencial que incide de manera práctica en la identificación de los riesgos y sus medidas preventivas, evidenciando *in situ* los conocimientos y las habilidades que deben implementarse. Incluye, dependiendo del PTP:
  - Prevención de trastornos musculoesqueléticos.
  - Pantallas de visualización de datos.
  - Manejo mecánico de cargas: plataformas.
  - Manejo mecánico de cargas: carretillas.

## Glosario

### Formación específica:

Formación que desarrolla el conocimiento de los riesgos y medidas preventivas específicos de los diferentes PTP y de las diferentes actividades laborales de la Compañía.

- **Formación en Emergencias.** Aborda los comportamientos y actitudes que los empleados deben desarrollar en función de lo que en cada caso determine el Plan de Emergencia del Centro de Trabajo. Se realiza exclusivamente *online* a través del Campus Virtual a los componentes de los Equipos de Emergencia de cada centro.

### Información

Son acciones facilitadoras orientadas a trasladar y comunicar a los empleados los riesgos existentes en su actividad laboral, así como las medidas preventivas que en cada caso se deben adoptar, se subdividen en:

- Fichas de Seguridad y Salud (FSS). Documentación en soporte papel que se entrega a todos los empleados, son específicas de los PTP y centros de trabajo tipo, y provienen de las evaluaciones de riesgos. Véase como ejemplo a continuación una muestra de estas fichas.

	<b>FICHA DE SEGURIDAD Y SALUD</b>
<b>Puesto de Trabajo: PTP-3 - AG.CLASIFICADOR-2</b>	
<b>RIESGOS Y MEDIDAS DE PREVENCIÓN A ADOPTAR</b>	
	<b>CAÍDAS DE PERSONAS AL MISMO NIVEL</b> <b>ESPACIOS Y ZONAS DE TRABAJO</b> <b>Circulación y paso por zonas de trabajo</b> -Debes mantener el orden y la limpieza en torno al puesto de trabajo, en las vías de circulación y/o evacuación y en las salidas del centro de trabajo para evitar tropezar y resbalar con objetos o suciedad.
	<b>DERRUMBAMIENTO O VUELCO DE MATERIALES</b> <b>Vehículos de transporte o Servicios</b> <b>Transporte inadecuado en traspaletas de carros, jaulas o cualquier otro elemento para el transporte de cargas (palets flejados, retractilados con contenedores, etc.)</b> -Estiba correctamente las cargas en relación al peso -Circula siempre con la carga centrada e inclinada hacia atrás contra la cara vertical de las horquillas del vehículo. -No transportes cargas sobre una sola horquilla. -Planifica la trayectoria a seguir comprobando que no hay objetos con los que podamos chocar o golpear la carga. -Sigue las instrucciones relativas a la manera correcta de coger carros, jaulas o cualquier otro elemento para el transporte de cargas (palets flejados, retractilados con contenedores, etc.) con la traspaleta eléctrica y a la ubicación segura de las cargas que se dan por la empresa en la formación recibida sobre manejo mecánico de cargas: traspaletas.



### CAÍDA DE MATERIALES O PIEZAS EN MANIPULACIÓN

#### Manipulación de materiales o Productos

**Caída de objetos o materiales durante la ejecución de trabajos o en operaciones de transporte y elevación por medios manuales.**

- Siga siempre el método de levantamiento de cargas (espalda recta, piernas flexionadas y carga pegada al cuerpo).
- Antes de cargar o descargar un carro, verifica que está correctamente frenado.
- Los envíos deben estar, siempre que sea posible, en contenedores tipo A, B y/o C. Éstos deben ser adecuados al tipo de producto que contienen para impedir el balanceo o la caída al manipularlos. Por lo general, los envíos pequeños debes colocarlos en contenerizados.
- Dispón las bandejas y la paquetería correctamente en los carros asegurando que los más voluminosos y/o de peso más elevado se cargan en la parte baja del carro o jaula, de forma que encajen correctamente y no sobresalgan del carro o jaula.
- La carga nunca debe superar la resistencia y/o la estructura de los carros o jaulas.
- Cuando deposites en un mismo carro bandejas y productos al descubierto, apila las bandejas en altura en un mismo lado y el resto de envío al otro. Nunca intercales bandejas con envíos al descubierto.

## Glosario

**EPI:** Equipo de protección individual.

### PR013 Gestión de EPI

**EPI:** Según el art. 2 del Real Decreto 773/1997, se trata de cualquier equipo llevado o sujetado por el trabajador para protegerse de algún riesgo de su puesto de trabajo. La Ley 31/1995 de Prevención de Riesgos Laborales en su art. 17 detalla la normativa sobre los equipos de protección individual (EPI).

#### Modalidad de entrega

- **Depósito:** modalidad de entrega mediante la cual el trabajador (fijo o eventual) recibe un equipo de protección individual en el momento de inicio de la actividad, comprometiéndose al uso y mantenimiento en las condiciones sobre las que se le ha informado, así como a su custodia para disponer de él en todo momento durante el desarrollo de su trabajo y para futuras contrataciones en su caso.
- **Devolución:** modalidad de entrega mediante la que el trabajador (fijo o eventual) recibe un equipo de protección individual en el momento de inicio de la actividad, comprometiéndose al uso y mantenimiento en las condiciones sobre las que se le ha informado, así como a su devolución en el momento de cese de la actividad en su caso.
- **Higienización:** los EPI enmarcados en esta modalidad serán sometidos, tras su uso, a una higienización para mantenerlos en condiciones óptimas para futuras utilidades.



#### Gestión de EPI

Los EPI obligatorios en Correos conforme al PTP son:

- Reparto en moto PTP-11
  - Casco y forro interior del mismo.
  - Guantes de moto (verano e invierno).
  - Botas de moto (verano e invierno).
  - Chaquetón de reparto o chaleco reflectante.
  - Cubrepantalón.







- Reparto a pie PTP-12
  - Chaquetón de reparto: para trabajos a la intemperie cuando las condiciones climatológicas de temperatura o viento así lo requieran.
- Reparto en vehículo de 4 ruedas PTP-16
  - Chaquetón de reparto.
  - chaleco reflectante.
  - Guantes de carga y descarga.
  - Si usan camión con plataforma: botas de seguridad.
- Agente de clasificación 1 y 2
  - Chaleco reflectante.
  - Botas de seguridad.
  - Guantes de clasificación.
  - Guantes de carga y descarga.
  - Para trabajos a la intemperie, muelles, etc. Cuando las condiciones climatológicas así lo requieran: chaquetón de carga y descarga.

Toda entrega del equipo correspondiente irá acompañado de las instrucciones para su correcto uso y mantenimiento, recogiendo su firma en el recibí según PR0013-R01 Registro entrega de EPI.

La reposición de EPI se realizará respetando los periodos establecidos en la PR0013-I001 Instrucción para el establecimiento de EPI por puesto y modalidad de entrega.

### Fin de contrato

Los EPI entregados bajo la modalidad de devolución (a saber: casco de moto, ahuyentador) o higienización (chaquetón de reparto y cubrepantalón) serán devueltos al cese de la actividad al jefe de la unidad, quien recogerá la firma en el PR0013-R03 Registro devolución de EPI para dejar constancia de la devolución-estado.

### Obligaciones del trabajador

- Uso y mantenimiento según información recibida en la entrega.
- Solicitud de sustitución de EPI por deterioro aportando el EPI deteriorado para su comprobación por el jefe de unidad.
- Devolución de los EPI entregados bajo la modalidad de higienización o devolución en condiciones que permitan su reutilización.
- Aportación de EPI entregados bajo la modalidad de depósito en sucesivos contratos en perfectas condiciones de uso.
- Comunicación de la imposibilidad de utilización de EPI de uso obligatorio al jefe de unidad en su caso.

Cuando un problema de salud impida la utilización de alguno de los equipos de uso obligatorio, en función del puesto ocupado y siempre que medie justificación (informe de médico especialista) de esta situación, se seguirá lo establecido en el PR0016 Procedimiento de trabajadores especialmente sensibles, previa comunicación de esta situación por parte del trabajador al jefe de unidad.

## PR014 Plan de emergencias

**Comité Local de Emergencia:** estará formado, dependiendo de la ocupación y de las características del local, por el jefe de emergencia, el jefe de intervención y todas aquellas otras personas que considere oportuno el jefe de emergencia (puede ser un miembro de cada uno de los equipos de intervención o un responsable por planta, etc.).

**Equipos de emergencias:** conjunto de personas especialmente entrenadas y organizadas para intervenir en caso de emergencia dentro del ámbito de las instalaciones de la empresa, al objeto de impedir daños a personas o instalaciones, facilitando su evacuación y prestando, cuando proceda, los primeros auxilios.

**Encargado del ascensor:** persona designada por Correos e instruida para el manejo del aparato por la empresa mantenedora, cuyas obligaciones son: impedir el funcionamiento del ascensor cuando tenga conocimiento de que su utilización no reúne las debidas garantías de seguridad y, en caso de accidente o anomalía en el funcionamiento, ponerlo en conocimiento inmediato del jefe de centro y empresa conservadora.

### Plan de emergencia

Los planes de emergencia de los diferentes centros de Correos son elaborados por los Técnicos de Prevención de Riesgos Laborales.

Es un documento que define las actuaciones a seguir por parte de los trabajadores del centro, dirigidas a prevenir potenciales situaciones de emergencia y, en su caso, a mitigar los efectos de estas en el interior de las instalaciones.

Los objetivos a alcanzar con la implantación de este plan son:

- a) Conocer el local y sus instalaciones (continente y contenido), la peligrosidad de los distintos sectores y los medios de protección disponibles.
- b) Garantizar la fiabilidad de todos los medios de protección y las instalaciones generales.
- c) Evitar las causas de las emergencias.
- d) Fijar las acciones a llevar a cabo en caso de emergencia.
- e) Disponer de personas organizadas, formadas y adiestradas que garanticen rapidez y eficacia en las acciones a emprender para el control de las emergencias.
- f) Tener informados a todos los ocupantes del edificio de cómo deben actuar ante una emergencia y en condiciones normales para su prevención.



Una vez confeccionado se remite copia al responsable del centro. El responsable del centro de trabajo debe cumplimentar el documento «PR0014-I001-R01 Nombramiento y actualización de equipos de emergencias y encargado del ascensor».

El jefe de emergencias del centro tiene las siguientes funciones:

- Organización del simulacro anual de evacuación, realizando posteriormente una reunión evaluativa del mismo. Y registrarlo conforme al modelo de informe acordado.
- Difundir el plan de emergencias elaborado y explicarlo al resto del personal asignado (sustituto del jefe de emergencia, jefe de intervención y sustituto, resto de miembros de los equipos de emergencia, responsable del ascensor, etc.) para conocimiento de sus funciones.
- Comunicar las medidas de actuación a toda la plantilla y colgar los planos de evacuación y medios contra incendios en los tableros de anuncios.

Todos los empleados deben:

- Conocer las normas básicas de prevención de emergencias (que estarán colgadas en el tablón de anuncios de la unidad).
- Conocer el punto de reunión en caso de evacuación.
- Colaborar en los simulacros de evacuación.
- Mantener los medios de protección contra incendios y salidas de planta accesibles.

### **PR016 Procedimiento de trabajadores especialmente sensibles**

Este procedimiento define las actuaciones específicas para proteger a los trabajadores especialmente sensibles a determinados riesgos, o a aquellos que se encuentren en estados o situaciones transitorias que no respondan a las exigencias psicofísicas de su puesto de trabajo tal y como lo establece el art. 25 de Ley 31/1995, de 8 de noviembre, de Prevención de Riesgos Laborales.

Son **trabajadores especialmente sensibles** aquellos que por sus propias características personales o estado biológico conocido, incluidos aquellos que tengan reconocida la situación de discapacidad física, psíquica o sensorial, sean especialmente sensibles a los riesgos derivados del trabajo.

#### **Método**

Conocida por Correos la posible existencia de un trabajador que por sus propias características personales o estado biológico conocido, pueda ser especialmente sensible a los riesgos derivados de su trabajo, este será sometido a reconocimiento médico de vigilancia de la salud por los médicos provinciales.

Estos médicos de Correos, una vez reconocido al trabajador, emitirán un informe previo de capacidad psicofísica del trabajador para el puesto, que se remite al Área de Vigilancia de la Salud de la sede para su estudio, análisis y validación.

El trabajador puede ser considerado:

- **Apto.**
- **Apto con limitaciones:** cuando el trabajador se encuentra en estados o situaciones transitorias que no respondan a las exigencias psicofísicas de determinadas tareas de su puesto de trabajo, y para el cumplimiento del art. 25 de la Ley 31/1995, de 8 de noviembre, de Prevención de Riesgos Laborales, se le eximirá de la realización de dichas tareas o en caso de que esto no sea posible se le desplazará temporalmente al mismo puesto de trabajo en una unidad de destino que permita la adecuación de las tareas a lo prescrito en el informe médico a través de un cambio de asignación (rebajes).
- **No apto temporal:** en cumplimiento del art. 33.b del Real Decreto 370/2004 de 5 de marzo por el que se aprueba el estatuto del personal de la Sociedad Estatal Correos y Telégrafos, S.A., S.M.E, del art. 43.4 del III Convenio Colectivo de la Sociedad Estatal Correos y Telégrafos S.A., S.M.E, 2009-2013 y del Acuerdo general 2009-2013 de regulación de las condiciones de trabajo del personal de Correos, se le adscribirá temporalmente a otro puesto de trabajo compatible con su estado de salud, siempre que sea necesaria su cobertura. Estas adscripciones temporales descritas se revisarán de oficio o a instancia de parte, cuando los médicos estimen que ha desaparecido la patología o circunstancias ocasionales que las motivaron, siendo el trabajador repuesto a su puesto de origen o a otro de similar contenido en el caso de que se encontrara ocupado o ya no existiese, en virtud del art. 33.b) del Real Decreto 370/2004 de 5 de marzo por el que se aprueba el estatuto del personal de la Sociedad Estatal Correos y Telégrafos, S.A., S.M.E, del art. 43.4 del III Convenio Colectivo de la Sociedad Estatal Correos y Telégrafos S.A. S.A., S.M.E, 2009-2013 y del Acuerdo general 2009-2013 de regulación de las condiciones de trabajo del personal de Correos.
- **No apto con carácter definitivo:** en este supuesto el trabajador será destinado, como solución temporal, a otro puesto cuyas tareas básicas sean compatibles con su estado de salud conforme al procedimiento descrito en el punto 2.2.1.c) pero sin necesidad de revisión de este cambio, hasta su ubicación en otro puesto a través del Concurso de Traslados en cumplimiento del art. 33.a) del Real Decreto 370/2004 de 5 de marzo por el que se aprueba el estatuto del personal de la Sociedad Estatal Correos y Telégrafos, S.A., S.M.E, del art. 43.3 del III Convenio Colectivo de la Sociedad Estatal Correos y Telégrafos S.A., S.M.E 2009-2013 y del Acuerdo general 2009-2013 de regulación de las condiciones de trabajo del personal de Correos. Todos los trabajadores afectados por alguno de los supuestos de no aptitud descritos anteriormente tienen la obligación de participar en los procesos de Concurso de Traslados o similar que se convoquen a fin de regularizar su situación según se contempla en el art. 43 del III Convenio Colectivo de la Sociedad Estatal Correos y Telégrafos S.A., S.M.E. 2009-2013.

Una vez transcurrido el tiempo indicado en el primer informe de aptitud, aptitud con limitaciones, no aptitud temporal o no aptitud definitiva, el médico provincial vuelve a reconocer al trabajador.

### PR017 Procedimiento de actuación para trabajadoras en situación de embarazo, lactancia o parto reciente

Este procedimiento tiene como finalidad garantizar la protección de las trabajadoras que se encuentran en situación de embarazo, lactancia o parto reciente frente a los posibles riesgos laborales en su puesto de trabajo, evaluando específicamente los riesgos a los que están expuestas en función de su estado y las medidas preventivas a adoptar desde el momento en que se tiene conocimiento de su situación.

La trabajadora comunicará de forma voluntaria y por escrito su situación de embarazo, lactancia o parto reciente al jefe de su unidad, lo que iniciará el procedimiento de actuación para desplegar las acciones preventivas pertinentes para velar por la salud de la trabajadora y el feto.

Con carácter inmediato, una vez comunicada la situación de embarazo por la trabajadora, y para alcanzar el máximo nivel de protección, y adaptar las condiciones de trabajo durante el periodo de gestación y lactancia natural, el responsable de la unidad implantará las siguientes medidas preventivas:

<b>NO REALIZAR</b>	No trabajar en turno de noche o turnos rotativos.
	No realizar tareas de carga y descarga de conducciones (vía pública, muelle, etc.), que impliquen una manipulación de cargas en ambientes fríos desde el inicio de la gestación.
	No utilizar la traspaleta.
	No utilizar la carretilla elevadora.
	No utilizar productos químicos que puedan ser perjudiciales (ver ficha de seguridad del producto).
	No exponerse a vibraciones transmitidas por máquinas (pulidoras, abrillantadoras, etc.).
	No utilizar la moto/bici.
	No realizar trabajo en espacios confinados ni en cuartos de transformación.
<b>EVITAR</b>	No realizar trabajos de altura. Evitar que la trabajadora tenga que acceder a partes altas utilizando medios auxiliares (escaleras de mano, trabajos que impliquen el uso de arneses, etc.).
	Evitar que la trabajadora realice tareas que impliquen una manipulación de cargas con peso superior a 5 kg de forma repetitiva, ni cargas mayores de 10 kg de forma puntual.
	Evitar que la trabajadora realice movimientos que originen riesgo dorso-lumbar, especialmente los de flexo-extensión del tronco, prestando atención a no coger elementos pesados por debajo de las rodillas y a aquellos movimientos que supongan carga de peso con una elevación de los brazos por encima de los hombros.
	Evitar que la trabajadora permanezca de forma prolongada en trabajos a la intemperie en condiciones de temperatura extremas (inferiores a 0° o superiores a 36°).
	Evitar que la trabajadora realice desplazamientos de larga duración en vehículo, programando los mismos de forma que se contemplen descansos o cambios de actividad de forma periódica a lo largo de la jornada.
Evitar que la trabajadora realice desplazamientos en avión al cumplir la semana 28 de gestación.	
<b>FOMENTAR</b>	Facilitar la realización de pausas en el trabajo para garantizar el descanso necesario y prevenir la fatiga.
	Fomentar el apoyo y colaboración de los compañeros con la trabajadora embarazada.

Posteriormente, el jefe de unidad hará entrega a la trabajadora de unas «Recomendaciones durante el embarazo» contra firma del recibí.

El jefe de unidad dará traslado inmediato de la comunicación de estado de embarazo, lactancia o parto reciente y autorización de información a los delegados de prevención y recibí de entrega de las «Recomendaciones durante el embarazo» al coordinador de RRHH de su provincia y este, a su vez, al jefe de RRHH de zona, a los servicios médicos provinciales y al coordinador de PRL zonal.

El técnico de prevención de riesgos laborales realizará la evaluación específica de riesgos del puesto de la trabajadora en situación de embarazo, lactancia o parto, recogiendo la firma de la trabajadora y del jefe de unidad. Posteriormente remitirá a los servicios médicos dicho informe junto con la evaluación de riesgos del PTP correspondiente.

Para la vigilancia de la salud, se citará a la trabajadora para la realización del reconocimiento médico por parte de los servicios médicos de Correos con motivo de su estado gestacional. Los servicios médicos emitirán el correspondiente «Informe de Aptitud Médica» (se informa tanto a la trabajadora como al jefe de la unidad):

1. No existen riesgos. Apta para el puesto.
2. Existe un posible riesgo. Se procederá según el siguiente orden:
  - 2.1. Adaptación del puesto.
  - 2.2. Readaptación a otro puesto exento de riesgos.
  - 2.3. Inexistencia de puesto compatible con su estado. Se procederá a tramitar la baja por riesgo en el embarazo en ese caso.
3. No apta. Se procederá según el siguiente orden:
  - 3.1. Readaptación. Se le cambiará a un puesto exento de riesgo o con limitaciones en el que se encuentre capacitada para prestar sus servicios y sea compatible con su estado.
  - 3.2. Si el cambio no es objetiva o técnicamente posible, o no puede razonablemente realizarse se procederá a tramitar la baja por riesgo durante el embarazo.

## Protocolos preventivos

Dentro del Plan de Prevención de Correos hay una serie de protocolos preventivos y recomendaciones técnicas que son de aplicación al grupo profesional de Operativos.

### PT001 Protocolo sobre seguridad en el manejo de carros y jaulas

Garantizar que la utilización y manejo de carros y jaulas para el desarrollo del trabajo en los diferentes centros de Correos, se realiza en condiciones adecuadas de seguridad. Entre las tareas encomendadas al trabajador están:





- En caso de observar deficiencias en estos elementos, el trabajador procederá, previa comunicación y validación por su responsable directo, a retirar el equipo para su revisión y mantenimiento, almacenándolo en el lugar designado en el centro. Para ello rotulará el carro según anexo I para su envío al CTA Chamartín.
- Seguir las instrucciones contenidas en este protocolo en especial:
  - Comprobación visual del equipo previa y posteriormente a su utilización para verificar que este se encuentra en condiciones operativas de utilización, retirándolo para su revisión y mantenimiento en caso contrario (ubicándolo en el lugar designado para ello).
  - Utilizar los equipos de protección individual-EPI proporcionados según los EPI establecidos por puesto, siguiendo las instrucciones recibidas para ello.
  - Como norma general, y siempre que sea posible, depositar la carga en los carros dentro de contenedores tipo A, B o C para que circulen encastradas de forma homogénea por niveles o pisos, haciendo coincidir en color, para facilitar la visibilidad de todas las etiquetas de destino. En ningún caso se utilizará el equipo (carros y jaulas) para realizar un trabajo diferente al previsto (p. ej., transportar personas, almacenamiento de materiales, etc.).
  - Colocar los envíos más pesados en la parte inferior de estos equipos siempre que sea posible, realizando la carga de manera homogénea y evitando apilar en columnas. No se deben ni lanzar objetos, ni colocarlos en el suelo mientras se cargan los equipos.
  - No sobrepasar 10 alturas de bandejas tipo A o 5 de bandejas tipo B o C al cargar los carros. En caso necesario cargar las jaulas (destinadas al transporte de Paquetería o de Publicorreo y Publicaciones en legajos flejados o retractilados) con bandejas, solo en la primera línea delantera utilizando los mismos criterios de altura que en los carros y teniendo en cuenta que en este supuesto la parte posterior de la jaula debe estar siempre cargada de paquetería, nunca vacía.
  - Cerrar las eslingas o cadenas de los carros y jaulas al objeto de asegurar la carga y rotularlo utilizando el tarjetero al efecto.
  - Verificar que las vías a recorrer se encuentran despejadas y en perfectas condiciones para la circulación.
  - Mirar en la dirección de la marcha y mantener la buena visibilidad en el recorrido, prestando especial atención en cruces, esquinas, puertas, etc., evitando arranques, frenazos y giros bruscos que desestabilicen la carga.
  - Desactivar el freno de estacionamiento antes de iniciar la marcha.
  - Avisar del movimiento del equipo al personal en las inmediaciones de la trayectoria a seguir y respetar los itinerarios establecidos.
  - Empujar la carga (en lugar de tirar) y mantenerla cerca, sin inclinarse hacia delante, usando ambos brazos, manteniendo contraídos los músculos del abdomen y la espalda recta y agarrando el equipo entre la altura de los nudillos y el nivel de los hombros.
  - Para el desplazamiento de los equipos utilizar el asa de agarre (carros) o la parte interior de la estructura (jaulas), evitando así impactos en las extremidades.
  - Utilizar estos equipos solo en pendientes reducidas.

- Tras su utilización ubicar los equipos de forma ordenada en el lugar designado para ello, sin obstaculizar en ningún caso las vías de circulación o evacuación ni los medios de extinción de incendios.
- Para la manipulación con medios mecánicos seguir las instrucciones recibidas en la formación específica.

EPI's	Seguridad en moto
<p>Recuerda que, por nuestra seguridad, es <b>obligatorio</b> utilizar los siguientes <b>EPI's</b> durante la conducción:</p> <div style="display: flex; flex-wrap: wrap;"> <div style="width: 50%;">  <p><b>1. Casco:</b> Siempre bien abrochado y ajustado, y con la mentonera y pantalla bajadas.</p> </div> <div style="width: 50%;">  <p><b>2. Guantes de moto:</b> De verano o de invierno.</p> </div> <div style="width: 50%;">  <p><b>3. Botas de moto:</b> De verano o de invierno.</p> </div> <div style="width: 50%;"> <p><b>4. Chaquetón de Reparto:</b> En verano, usar el <b>chaleco de alta visibilidad</b> en su lugar.</p>  </div> </div> <div style="margin-top: 10px;">  <p style="background-color: #FFD700; padding: 2px; display: inline-block;"><b>Además</b></p> <p>Recuerda que <b>está prohibido vestir bermudas</b> durante el reparto en moto, incluso en los meses de verano.</p> </div>	<p><b>1. Mantener despejados el manillar y los retrovisores:</b> No debemos colocar gomas ni otros elementos como cajas, bolsas, etc.</p>  <p><b>2. Estabilidad de la carga:</b> Colocar los objetos más pesados en la zona inferior y utilizar <b>las redes de fijación</b>. <b>Carga máxima: 50 Kg.</b></p>  <p><b>3. Uso correcto del caballete:</b> Es más fiable que la pata de cabra. + Información sobre su uso seguro en el <a href="#">vídeo "Seguridad en Moto"</a> en Conecta.</p>  <p><b>4. Extrema siempre la precaución:</b> los peligros en la vía pública pueden aparecer el cualquier momento y sin depender de nosotros: <b>maniobras de otros vehículos, peatones, animales</b>, etc.</p> <p>Especialmente en <b>zonas de obras</b> y cuando se den <b>condiciones climatológicas adversas</b>.</p> 

Las motos con cofre «normal» llevarán la primera pegatina. Los motos con cofre XL llevarán las dos pegatinas.

### PT004 Protocolo sobre seguridad en la carga de reparto en moto





Garantizar la correcta carga en las motos de reparto, asegurando la correcta distribución de la carga en los lugares habilitados para ello, la no superación de la carga máxima admisible y el respeto de las consignas preventivas recibidas respecto al reparto en moto. De esta forma se asegura el cumplimiento de la Normativa de Transporte y la Ley de Prevención de Riesgos Laborales.

Previamente a su salida al reparto, cada trabajador de reparto en moto procederá como sigue:

- Ubicará la carga exclusivamente en el habitáculo que a tal fin dispone la motocicleta, el cofre trasero. Queda prohibido transportar cualquier tipo de carga entre los pies o sobre el manillar, salvo que el vehículo utilizado disponga de elementos/accesorios homologados a tal efecto.

- Con carácter general, el cofre trasero de las motocicletas deberá permanecer perfectamente cerrado, para evitar la caída de objetos durante la circulación y asegurar así que no se sobrepasa el volumen de capacidad que tiene previsto.
- En las secciones de reparto que disponen de buzón de alcance, lo utilizará obligatoriamente de ser necesario, para asegurar que no sobrecargan el cofre de la moto.

Durante el reparto en moto, cada trabajador cumplirá las consignas preventivas recibidas al respecto y las rotuladas en el cofre de la moto.

COFRE (PORTABULTOS)		Capacidad: 80 Litros	Carga Máxima (recomendada por el SPP): 50 Kg.
CASCO 	Usa siempre el casco. Asegúrate de llevarlo correctamente abrochado.		
CONDUCCIÓN 	Extrema la precaución en caso de lluvia. Siempre que sea posible, evita las rejillas de aireación y las líneas blancas de los pasos de cebra. Presta atención a la marcha atrás de los vehículos aparcados en batería. Señaliza con antelación las maniobras que realizas. Sigue las normas de Seguridad Vial. Respetar el código de circulación.		
 INFORMACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No conducir si has bebido alcohol.</li> <li>• Respetar, en todo momento, la velocidad máxima permitida.</li> <li>• No hablar por el móvil, mientras conduzcas.</li> <li>• Utiliza adecuadamente los elementos de seguridad de la motocicleta.</li> <li>• Prohibido superar la carga máxima permitida.</li> <li>• Mantener cerrado el cofre en todo momento.</li> <li>• Ubicar la carga en los habitáculos que a tal fin, dispone la motocicleta.</li> <li>• Usar ropa y calzado adecuados a la conducción de la motocicleta.</li> </ul>		
AL FINALIZAR EL REPARTO 	Comunicar al responsable de la unidad, cualquier fallo o deficiencia observada.		

Después del reparto, cuando el trabajador entregue las llaves del vehículo, comunicará cualquier anomalía detectada en la motocicleta al jefe de la unidad.



## PT005 Protocolo de actuación frente a posibles agresiones de perros

Este documento establece mecanismos para proteger al trabajador frente a agresiones causadas por perros, garantizando así la seguridad y la salud de los mismos.

El empleado deberá seguir los consejos generales descritos en el Anexo III de este procedimiento que le serán entregados por su responsable de unidad contra firma del recibí.

Además, siempre que sea posible el empleado durante el reparto depositará la correspondencia desde la vía pública en los casilleros domiciliarios al efecto, sin traspasar la puerta de entrada.

Para lograr una mayor efectividad en la acción preventiva, el empleado comunicará a su responsable de unidad los domicilios potencialmente peligrosos a agresiones de perros mediante el Anexo I.

Los jefes de Red de Distribución de zona determinarán las unidades de reparto en las que se dotará a los trabajadores de reparto de un equipo de protección individual al efecto (ahuyentador de perros). La gestión de estos equipos se realizará conforme a lo establecido en el PR0013 Procedimiento de gestión de EPI.

Ante la agresión de perros (con o sin lesiones) durante el desempeño del trabajo se procederá según lo establecido en el procedimiento de investigación de accidentes de trabajo. En lo relativo a la vertiente jurídica, el interesado podrá emprender las acciones que estime oportunas, teniendo en cuenta que a partir de la entrada en vigor el 1 de julio de 2015, de la reforma del Código Penal operada por la Ley Orgánica 1/2015 de 30 de marzo, esta infracción pasa a ser tipificada en el ámbito administrativo o bien en el ámbito de la jurisdicción civil si se quieren reclamar indemnizaciones por daños y perjuicios.

En caso de no adoptarse las medidas correctoras por parte de los responsables de las agresiones, el trabajador procederá a depositar la correspondencia en lista de la oficina más próxima hasta que sea solventado el problema, informando de ello a su responsable de unidad.

Correos, a través del Servicio de Prevención de Riesgos Laborales de la Subdirección de Promoción de la Salud, dará apoyo tanto sanitario como psicológico a los trabajadores que sufran lesiones debido a este tipo de agresiones.

## Protocolo de actuación para prevenir la violencia física externa por razones de servicio

Se considera **violencia en el trabajo** las agresiones físicas, las conductas verbales o física amenazantes, intimidatorias, abusivas y acosantes, causadas bajo la premisa de la actividad laboral en el centro de trabajo o en otros lugares donde los trabajadores desa-

rollen su trabajo o se les requiera que estén presentes como condición del desempeño de su trabajo.

Los trabajadores deben:

- Seguir las instrucciones contenidas en este protocolo y en el protocolo de actuación en materia de seguridad.
- Cumplir las medidas preventivas recogidas en el protocolo de actuación en materia de seguridad a su disposición en la siguiente ruta: Conecta/Auditoria/Protocolo de actuación en materia de seguridad, que incluyen:
  - a) Medidas preventivas respecto a la violencia física externa por razones de servicio
  - b) Medidas de actuación en caso de agresión verbal y/o gestual
  - c) Medidas de actuación ante agresiones o intento de agresión física
  - d) Procedimiento de actuación en caso de robo con violencia o intimidación (atracó), tanto en oficina como en vía pública.
  - e) Procedimiento de actuación en caso de robo con fuerza en el centro de trabajo.
- En caso de que se produzca una agresión verbal o bien una agresión física, comunicar la agresión en el menor plazo de tiempo posible a su responsable inmediato.
- En caso de agresión o intento de agresión física, avisar a otras personas o a los cuerpos de seguridad para que se personen de inmediato en el lugar del conflicto, poniéndose en contacto con el 112 en caso de no existir estos últimos.
- En caso de ser necesaria la asistencia sanitaria, solicitar un informe donde conste la causa de la asistencia y las lesiones objetivadas.
- Valorar la posibilidad de interponer denuncia ante la autoridad competente.
- En caso de sufrir robo o atraco en la vía pública comunicar al jefe inmediato e interponer la correspondiente denuncia.
- Si se produce atraco o robo en su oficina, una vez hayan salido los atracadores, ponerse en contacto con el Centro Operativo Seguridad (COS).
- En el caso de que se incoe procedimiento penal como consecuencia de la denuncia presentada, comunicar al responsable de la unidad para que tramite la asistencia jurídica a través de la línea jerárquica.

### **PT008 Protocolo de actuación frente a condiciones climatológicas adversas**

En el presente documento, se expondrán las medidas a tener en cuenta por los trabajadores de Correos para hacer frente a la climatología y a los distintos factores meteorológicos (frío o calor elevados, lluvia, niebla, nieve, hielo, fuertes vientos, así como la exposición a la radiación solar).

Los trabajadores de Correos deben:

- Informarse de las condiciones meteorológicas previstas y estar atento a las indicaciones que vaya dando la autoridad competente de tráfico.



- Hacer uso de los EPI que han recibido por parte de la empresa de acuerdo con las condiciones climatológicas.
- Hacer uso del vestuario y elementos de uniforme e identificación en función de la estación y las condiciones climatológicas.
- Seguir las recomendaciones de actuación frente a condiciones climatológicas adversas descritas en el documento.
- Revisión del estado del vehículo y, en caso de vehículos de empresa, comunicación al responsable de unidad de los defectos detectados para su subsanación.

### 2.3.7. Bienestar físico y emocional

Como parte fundamental de la estrategia de la Subdirección de Promoción de la Salud, se desarrollan e impulsan actividades, iniciativas y programas en materia de Empresa Saludable, enfocados a la mejora de las condiciones de salud de los trabajadores, todo ello disponible en Conecta.

Entre las campañas de bienestar físico encontramos:

- Campaña de actividad física e higiene postural.
- Campaña de alimentación saludable.
- Campaña detección cáncer de colon.
- Campaña riesgo cardiovascular:
  - Campaña disminución riesgo cardiovascular.
  - Campaña freno al ictus.
- Consejos generales de salud:
  - Salud y mujer.

Y entre las campañas de bienestar emocional encontramos:

- Actitud positiva.
- Autoconocimiento.

Todas estas campañas se llevan a cabo mediante:

- Infografías.
- Vídeos.
- Recomendaciones.
- Ejercicios.
- Recetas saludables.
- Presentación conferencia.
- Pruebas de laboratorio (Campaña de detección del cáncer de colon).







# CERTIFICADO

Núm. SEES-0003/15

**LGAI Technological Center, S.A. (Applus+)**  
certifica que el sistema de Excelencia Empresarial Saludable de la organización:

## SOCIEDAD ESTATAL DE CORREOS Y TELÉGRAFOS (CORREOS)

SOCIEDAD ESTATAL DE CORREOS Y TELÉGRAFOS (CORREOS)  
AVENIDA VÍA DE DUBLÍN, 7 5º PLANTA  
28042, MADRID (MADRID)

**Se ha certificado con una puntuación del 91,5%**



FECHA DE EMISIÓN: 27/04/2021  
CADUCIDAD: 21/04/2023

Director General  
Applus+ Certification, B.U.



Xavier Ruiz Peña

Directora Técnica  
Applus+ Certification, B.U.



Cristina Bachiller Martínez

El presente certificado se considerará válido siempre que se cumplan todas las condiciones del contrato del cual este certificado forma parte. LGAI Technological Center, S.A. (Applus+) Campus U.A.B., Ronda de la Font del Carme s/n, 08193 Bellaterra, Barcelona.

Correos dispone de la certificación de Empresa Saludable mediante una auditoría externa que comprueba el cumplimiento de todos los aspectos necesarios para promover la salud en el puesto de trabajo. Permite diferenciar aquellas empresas que trabajen para:

- reducir los riesgos físicos,
- reducir los riesgos psicosociales y mejorar el ambiente laboral,
- proporcionar recursos de salud personal en el espacio de trabajo y
- proporcionar elementos adicionales para la mejora de la salud en la comunidad.

Debido al cambio constante al que se ve sometido el mundo del trabajo y la sociedad en la que se desarrolla, a los avances en los procesos de trabajo, los medios técnicos utilizados y la forma de organizarlo, la salud de los trabajadores se puede ver afectada directa o indirectamente.

Esta evolución en el trabajo debe ir acompañada de cambios y mejoras en la salud ocupacional. No basta con velar exclusivamente por el entorno de trabajo físico, hay que considerar factores psicosociales y prácticas personales de salud. La solución es un modelo de gestión empresarial saludable, flexible y adaptable a los diferentes entornos socioculturales, tamaño y sector de actividad con el objeto de aportar a las organizaciones orientaciones prácticas y alcanzables de gestión adecuada del trabajo y su entorno.

## 2.4. Responsabilidad Social Corporativa

### 2.4.1. Contribución social de Correos

Existen numerosas definiciones del concepto **Responsabilidad Social Corporativa**, y también son varios los términos utilizados (RSC, RSE, RC, RS o Sostenibilidad, entre otros). Debido a su propia evolución, la denominación **Sostenibilidad** tiene un significado más amplio y un enfoque a largo plazo.

Según el Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa, la **RSC** es una forma de dirigir la empresa basada en la gestión de los impactos que su actividad genera sobre sus clientes, empleados, accionistas, proveedores, comunidades locales, medioambiente, Administraciones públicas, medios de comunicación y sobre la sociedad en su conjunto. A todos estos colectivos los denominamos «grupos de interés» o *stakeholders*.

Por su parte, la Comisión Europea la define como la «integración voluntaria por las empresas de preocupaciones sociales y medioambientales en sus actividades comerciales y en las relaciones con todos los actores interesados en aquellas».

La **Responsabilidad Social Corporativa (RSC)**, fundamentalmente, es un concepto transversal que implica a distintos ámbitos de la gestión empresarial, que ha de estar vinculado con la actividad principal de la compañía, tener una proyección a largo plazo, además de contar con el compromiso de la alta dirección. Asimismo, bajo el paraguas de este concepto de administración y de gestión, se engloban un conjunto de prácticas y estrategias empresariales que persiguen un nuevo equilibrio entre las tres dimensiones: económica, social y medioambiental.

En una sociedad cada vez más concienciada, la RSC está consolidándose como un componente que aporta beneficios a todos. La sociedad, a través de los diferentes grupos en los que se estructura, comienza a exigir de las empresas que, sin renunciar a su vocación de obtener beneficios, tengan una conducta responsable. No importa solamente lo que una empresa hace, sino también cómo lo hace.

La RSC comprende, pues, un número muy amplio de áreas de actuación como los derechos humanos, los derechos de los trabajadores, la protección de los consumidores, el desarrollo de las comunidades locales, el cuidado del medioambiente, la difusión de la tecnología, etc., y atiende, como hemos señalado, a un conjunto de grupos de interés (*stakeholders*).

### Un poco de historia...

Los antecedentes de la RSC se remontan al siglo XIX en el marco del cooperativismo y el asociacionismo. En esos momentos, lo que se intentaba conseguir era conciliar eficacia empresarial con principios sociales de democracia, autoayuda, apoyo a la comunidad y justicia distributiva.

A principios de la década de los noventa del siglo pasado, parecía que la globalización iba a contribuir a un desarrollo mundial sin precedentes. En algunos aspectos sí se ha producido, sin embargo, algunas de las expectativas que se tenían no se han cumplido, ocasionando desequilibrios entre países, así como dentro de ellos.

En este contexto, continúa el debate sobre la RSC como una herramienta que sirva para aminorar el impacto negativo de las empresas sobre los derechos sociales, laborales, el medioambiente, e incluso para implantar comportamientos éticos en las mismas.

### Correos y la RSC

Durante sus más de trescientos años de historia, Correos ha desempeñado un papel esencial en la vertebración del territorio y en la cohesión social, facilitando las comunicaciones e intercambios económicos tanto de empresas como de ciudadanos.

Aunque desde hace más de tres décadas ya se desarrollaban iniciativas enmarcadas en el ámbito de la acción social externa, a fin de impulsar diferentes acciones sociales y medioambientales, en 2006, se valoró que sería muy positivo organizar un departamento de RSC, lo que también permitiría a la empresa alinearse con el conjunto de grandes empresas del país que habían incorporado en sus estrategias y organigramas la responsabilidad corporativa. Desde 2017, al objeto de darle una mayor dimensión fuera del territorio nacional, se integró en la denominada Subdirección de Relaciones Internacionales y ODS.

Previamente, cabe señalar que, desde la adhesión de Correos al Pacto Mundial de las Naciones Unidas en 2002, se han asumido, como parte integral de la estrategia empresarial, los Diez Principios que dicho Pacto establece en materia de Derechos Humanos, Normas Laborales, Medioambiente y Anticorrupción. Este decálogo goza de consenso universal y se deriva de la Declaración Universal de los Derechos Humanos, la Declaración de la Organización Internacional del Trabajo, la Declaración de Río sobre el Medioambiente y el Desarrollo, y, finalmente, la Convención de las Naciones Unidas contra la Corrupción.

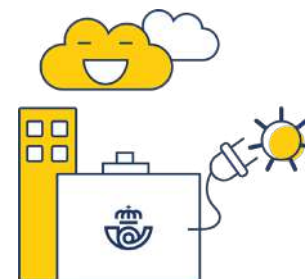
En la actualidad, la compañía es consciente de la relevancia que pueden tener sus políticas para ayudar a dar respuesta a los grandes retos de la sociedad. Como empresa pública, Correos aspira a que su actividad genere un retorno tanto económico como social, apoyando

## Glosario

### ODS (Objetivos de Desarrollo

**Sostenible):** Son 17 objetivos globales pensados como un «plan para lograr un futuro mejor y más sostenible para todos». Establecidos en 2015 por la Asamblea General de Naciones Unidas, con la meta de alcanzarlos en 2030.

el desarrollo del tejido empresarial español, especialmente en el entorno rural, fomentando el progreso sostenible e inclusivo de toda la población y promoviendo la innovación, así como el emprendimiento.



## 2.4.2. El modelo de alineación con los ODS

El Modelo de Alineación con los ODS de Correos contempla tres líneas de actuación prioritarias, identificadas como las principales palancas con las que la compañía puede generar mayores impactos positivos sobre sus distintos grupos de interés:

- **Negocio e innovación social**, a través del diseño y comercialización de productos y servicios sostenibles, orientados a dar respuesta a los principales desafíos sociales y medioambientales (despoblación rural, brecha digital, cambio climático...).
- **Relación con la comunidad**, mediante actuaciones con impacto local para promover el progreso y la integración social, en colaboración con diversas asociaciones y entidades no gubernamentales.
- **Gestión sostenible**, a través de políticas internas de desarrollo de las personas, diversidad, responsabilidad en la cadena de suministro, protección medioambiental o buen gobierno.

Estas tres líneas persiguen incidir además sobre dos ejes transversales: la contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) impulsados por Naciones Unidas y la respuesta al reto demográfico al que se enfrenta España.

## 2.5. Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)

### 2.5.1. ODS y emergencia climática

#### Contexto<sup>1</sup>

¿Qué es el desarrollo sostenible?

- El desarrollo sostenible se ha definido como el desarrollo capaz de satisfacer las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones para satisfacer sus propias necesidades.
- El desarrollo sostenible exige esfuerzos concentrados en construir un futuro inclusivo, sostenible y resiliente para las personas y el planeta.
- Para alcanzar el desarrollo sostenible, es fundamental armonizar tres elementos básicos: el crecimiento económico, la inclusión social y la protección del medioambiente. Estos elementos están interrelacionados y son todos esenciales para el medioambiente de las personas y las sociedades.

1. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/development-agenda/>

¿Cuál es la relación entre el cambio climático y el desarrollo sostenible?

- El cambio climático ya afecta a la salud pública, la seguridad alimentaria e hídrica, la migración, la paz y la seguridad. Si no se tiene en cuenta el cambio climático, este hará retroceder los logros alcanzados en los últimos decenios en materia de desarrollo e impedirá realizar nuevos avances.
- Hacer frente al cambio climático y fomentar el desarrollo sostenible son dos caras de la misma moneda que se refuerzan mutuamente; el desarrollo sostenible no se logrará si no se adoptan medidas contra el cambio climático. Y a la inversa, muchos de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) abordan los factores desencadenantes del cambio climático.

## Los ODS y la Agenda 2030

La Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, es un plan de acción a favor de las personas, el planeta y la prosperidad, que también tiene la intención de fortalecer la paz universal y el acceso a la justicia.

El 25 de septiembre de 2015, los Estados miembros de la Naciones Unidas aprobaron una resolución en la que reconocen que el mayor desafío del mundo actual es la erradicación de la pobreza y afirman que sin lograrla no puede haber desarrollo sostenible.

La Agenda plantea 17 Objetivos con 169 metas de carácter integrado e indivisible que abarcan las esferas económica, social y ambiental.

Se trata de una Agenda inclusiva que tiene como objetivo principal conseguir un cambio positivo en beneficio de las personas y el planeta para 2030 sin dejar a nadie atrás.

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) se gestaron en la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Desarrollo Sostenible, celebrada en Río de Janeiro en 2012. El propósito era crear un conjunto de objetivos mundiales relacionados con los desafíos ambientales, políticos y económicos a los que se enfrenta el mundo.

Los ODS sustituyen a los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM), con los que se emprendió, en 2000, una iniciativa mundial para abordar la indignidad de la pobreza. Los ODM eran objetivos medibles acordados universalmente para hacer frente a la pobreza extrema y el hambre, prevenir las enfermedades mortales y ampliar la enseñanza primaria a toda la infancia, entre otras prioridades del desarrollo. Los ODM se enuncian sobre los siguientes logros:

1. Erradicar la pobreza extrema y el hambre
2. Enseñanza primaria universal
3. Igualdad entre géneros
4. Reducir la mortalidad en la infancia
5. Mejorar la salud materna

6. Combatir el VIH/SIDA, la malaria y otras enfermedades.
7. Sostenibilidad del medioambiente.
8. Fomentar una alianza mundial para el desarrollo.

Durante 15 años, los ODM impulsaron el progreso en varias esferas importantes: reducir la pobreza económica, suministrar acceso al agua y el saneamiento tan necesarios, disminuir la mortalidad infantil y mejorar de manera importante la salud materna.

También iniciaron un movimiento mundial destinado a la educación primaria universal, inspirando a los países a invertir en sus generaciones futuras.

Los ODM lograron enormes avances en la lucha contra el VIH/SIDA y otras enfermedades tratables, como la malaria y la tuberculosis.

El legado y los logros de los ODM han brindado lecciones y experiencias valiosas para comenzar a trabajar en pos de los nuevos Objetivos.

El texto final que desarrolla los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), con 169 metas, fue aprobado formalmente por los 193 líderes mundiales durante la Cumbre de las Naciones Unidas que se celebró en la ciudad de Nueva York entre los días 25 y el 27 de septiembre de 2015.

Son una convocatoria universal para adoptar medidas y poner fin a la pobreza, proteger el planeta y garantizar que todas las personas gocen de paz y prosperidad. Proporcionan orientaciones y metas claras para su adopción por todos los países en conformidad con sus prioridades y desafíos.

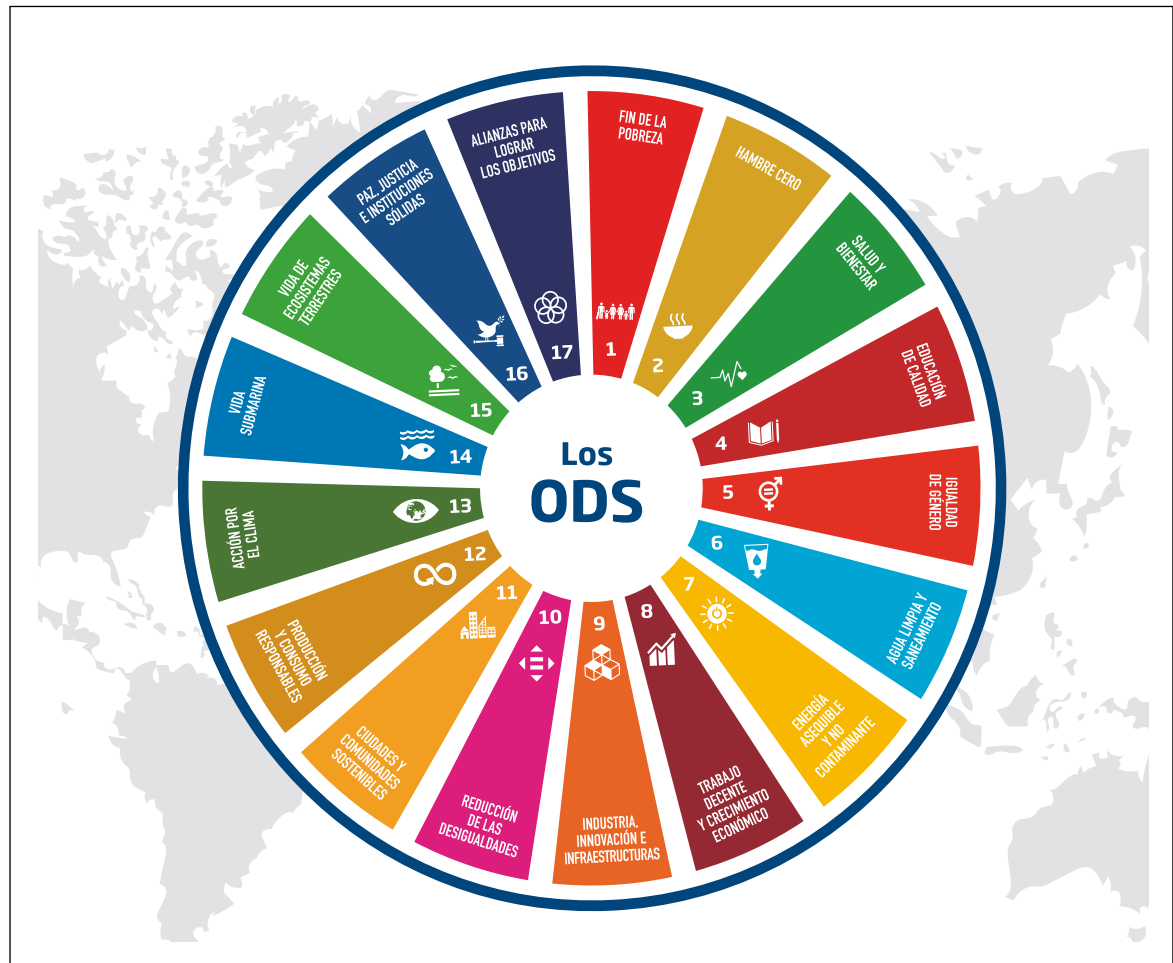
Para alcanzar estas metas, todo el mundo tiene que hacer su parte: los Gobiernos, el sector privado, la sociedad civil y personas como usted.

### **A) ¿Cuáles son los 17 objetivos de Desarrollo Sostenible?**

1. Fin de la pobreza.
2. Hambre cero.
3. Salud y bienestar.
4. Educación de calidad.
5. Igualdad de género.
6. Agua limpia y saneamiento.
7. Energía asequible y no contaminante.
8. Trabajo decente y crecimiento económico.
9. Industria, innovación e infraestructura.
10. Reducción de las desigualdades.
11. Ciudades y comunidades sostenibles.
12. Producción y consumos responsable.
13. Acción por el clima.



14. Vida submarina.
15. Vida de ecosistemas terrestres.
16. Paz, justicia e instituciones sólidas.
17. Alianzas para lograr los objetivos.



Fuente: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/development-agenda/>

## B) Contribución de Correos a los ODS

Los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de Naciones Unidas establecen una hoja de ruta universal que persigue la igualdad y prosperidad de las personas, la protección del planeta, la paz y la justicia para el horizonte 2030. Países, empresas y ciudadanos están llamados por igual a movilizarse para contribuir a un desarrollo sostenible.

Correos, como una de las mayores compañías del sector público y prestador de un servicio esencial para empresas y ciudadanos, es consciente de su potencial impacto social y de la capacidad de influencia que sus políticas pueden tener en la materialización de la Agenda 2030. Por otra parte, la compañía distribuye diariamente millones de envíos postales y de paquetería en España y el resto del mundo, lo que genera un impacto medioambiental.

Asume, por ello, su responsabilidad en la aplicación de la innovación, la tecnología y las alianzas para el desarrollo de soluciones inteligentes de movilidad que neutralicen ese impacto.

Las empresas prestadoras de servicios públicos cuentan con una posición privilegiada para fomentar la consecución de la Agenda 2030. En este sentido, Correos ha identificado su potencial contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible, con el fin de desarrollar aquellas políticas que más inciden sobre su cumplimiento.

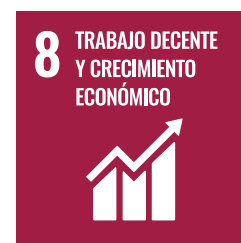
Adicionalmente, promueve su difusión interna y externa, para facilitar su conocimiento generalizado y, de ese modo, acelerar su adopción por parte de trabajadores/as, empresas y ciudadanos/as. Así, a través de los canales internos de comunicación, la compañía divulga periódicamente los ODS y la contribución que realiza a su consecución, animando a los empleados y empleadas a aumentar el impacto positivo mediante su aportación personal.

En 2020 Correos tomó parte también en la celebración del quinto aniversario de los Objetivos, con la incorporación de sus buenas prácticas a la publicación ODS 2020 de la Red Española del Pacto Mundial, especialmente centradas en el impulso de la diversidad, el trabajo digno y la igualdad de género, en línea con los ODS 5, 8 y 10.

Correos identifica como ODS prioritarios, por ser aquellos donde su contribución puede ser más relevante, los siguientes: Trabajo decente y crecimiento económico (objetivo 8), Industria, innovación e infraestructura (objetivo 9) y Ciudades y comunidades sostenibles (objetivo 11). En segundo término, por su naturaleza y actividad, la compañía considera que puede también favorecer la consecución de las metas asociadas a los objetivos de Producción y consumo responsable (objetivo 12) y Acción por el clima (objetivo 13). Aunque estos cinco ámbitos de actuación son el foco principal, Correos también contribuye al resto de ODS directa o indirectamente.

### **Objetivo 8: Trabajo decente y crecimiento económico**

- Generación de empleo estable.
- Formación específica.
- Mejora de la cualificación profesional.
- Nuevos modelos de trabajo.
- Gestión del talento.



### **Objetivo 9: Industria, innovación e infraestructura**

- Infraestructuras para el comercio transfronterizo.
- Presencia territorial.
- Acceso a servicios financieros.
- Servicios para la Administración.
- Introducción de la IA (inteligencia artificial) en procesos de licitación.



## Glosario

**CorreosLabs:** Centro de innovación de Correos.

- Acceso digital.
- CorreosLabs.
- Reto Lehnica.

### Objetivo 11: Ciudades y comunidades sostenibles

- Oficinas accesibles y seguras.
- Medios de pago seguros.
- Vehículos eléctricos y uso de combustibles alternativos.
- Consumo de energía eléctrica 100% renovable.
- Mejora de la calidad del aire de las ciudades.
- Movilidad sostenible.
- Respuesta a la COVID-19.



## Glosario

### Reto Lehnica:

Programa de aceleración de nuevas empresas innovadoras, en ámbitos como tecnologías emergentes, logística, servicios públicos o innovación social.

### Objetivo 12: Producción y consumo responsables

- Economía circular.
- Contratación responsable.
- Consumo responsable.
- Consumo de proximidad con Correos Market.
- Impacto social.
- Camino sostenible



## Glosario

### SMMS (Sustainability Measurement and Management System):

Programa internacional promovido por la International Post Corporation (IPC), cuyo objetivo es incidir en la sostenibilidad de los operadores postales, en consonancia con los ODS.

### Objetivo 13: Acción por el clima

- Proyecto SMMS.
- Línea Bosques (véase más abajo, en 2.6.2., en la descripción de productos sostenibles).
- Soluciones colaborativas para la neutralización de emisiones.
- Sensibilización sobre el cambio climático.



## Emergencia climática

2020 será recordado durante décadas como el año de la pandemia. La crisis sanitaria y económica llenarán los libros de historia de un año que ha sacudido el mundo que conocíamos. Pero el virus COVID-19 irrumpió en una agenda política global que se proyectaba muy distinta y en la cual el cambio climático tenía un papel protagonista.

Hoy en día todos los países del mundo se centran en dominar una crisis sanitaria y económica sin precedentes. Se olvida a menudo que la emergencia climática no ha desaparecido y sigue más vigente que nunca. A finales de siglo el calentamiento global puede provocar una subida del nivel del mar de hasta 1,3 metros, una gran pérdida de biodiversidad, la fusión de enormes extensiones de hielo, sequías recurrentes y el aumento de ciertos fenómenos extremos en zonas de gran densidad de población humana. Por todo ello, se estima que el

año 2050 ya habrá unos 200 millones de personas refugiadas climáticas, ya sea por la desaparición de su territorio o porque sus modos de vida dejarán de ser sustentables.

¿Qué es el cambio climático?

La Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático (CMNUCC) en su artículo 1 dice:

Por «cambio climático» se entiende un cambio de clima atribuido directa o indirectamente a la actividad humana que altera la composición de la atmósfera mundial y que se suma a la variabilidad natural del clima observada durante periodos de tiempo comparables.

El efecto invernadero permite la vida en la tierra y sin él los cambios de temperatura entre el día y la noche serían inviables con la vida. La temperatura media del planeta es de 14°.

El planeta regula el equilibrio del efecto invernadero, a través del llamado Ciclo de Carbono, que permite que la concentración de CO<sub>2</sub> permanezca estable durante largos periodos de tiempo.

El problema es que la actividad humana está alterando el equilibrio de los gases en la atmósfera.

El principal gas de efecto invernadero es el CO<sub>2</sub>, cuyo origen fundamental está en quemar combustibles fósiles para obtener energía (electricidad, calor, transporte, etc.).

Una molécula de CO<sub>2</sub> permanece en la atmósfera durante 100 años, es decir, el incremento de temperatura que sufrimos ahora se debe al CO<sub>2</sub> emitido hace 100 años. Por este motivo es tan importante reducir las emisiones de CO<sub>2</sub>. Otros gases de efecto invernadero son el metano (ganadería y residuos) y el óxido nitroso (agricultura).

Sin embargo, no es posible saber con total precisión cuáles serán los impactos del cambio climático. De lo que sí hay certeza es de que los episodios climatológicos cada vez son más extremos (periodos de fuertes lluvias seguidos de larga sequías) y además serán más frecuentes.

El potencial impacto del cambio climático muestra las regiones del sur de Europa mucho más afectadas por los efectos del calor extremo, la escasez de agua, la sequía, los incendios forestales y las pérdidas agrícolas, según señala el informe «Estudio Peseta IV» del CCI (Climate Change Impacts). España es uno de los países con un gran riesgo frente al cambio climático; ejemplo de ello es la corriente del Golfo (que pasa frente a Galicia) que hace que la temperatura de La Coruña sea más templada que la de Nueva York (estando a la misma latitud).

Resumiendo, ¿qué tenemos que recordar sobre el cambio climático?

- Es un proceso global (da igual quién emita los gases de efecto invernadero, el efecto del cambio climático es igual para todos);

- es necesario actuar lo antes posible;
- todo lo relacionado con la energía es fundamental para luchar contra el cambio climático;
- la colaboración entre países y empresas es fundamental, y
- pequeños cambios pueden tener consecuencias significativas.

## 2.6. Principales ejes de la contribución de Correos a los ODS

Correos es una de las principales empresas públicas del país, se trabaja con aproximadamente 50.000 profesionales y se dispone de una gran capilaridad.

Existe una responsabilidad de reflejar un comportamiento ejemplar en el desarrollo de la actividad y cumplir los compromisos con la sociedad en cada una de las áreas.

Correos lleva más de 30 años implicada en generar valor compartido a nivel social, económico y medioambiental.

Durante la Cumbre del Clima 2019 (COP 25), celebrada en Madrid, Correos presentó los compromisos que se han asumido para 2030 en materia de sostenibilidad, con la convicción de que es necesario asumir metas más ambiciosas frente al cambio climático.

Estos objetivos son:

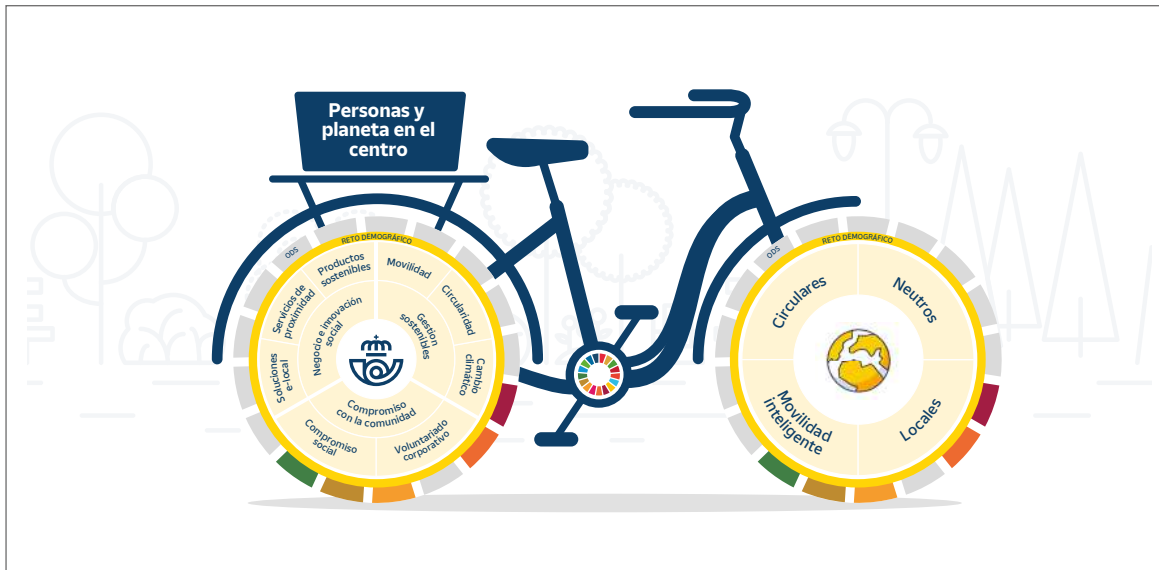
- **Alcanzar la neutralidad total en emisiones de CO<sub>2</sub>.**
- **Promover la circularidad**, para ser una empresa que genere «residuo cero» antes de 2030.
- **Impulsar la movilidad inteligente**, para que el 50% de la flota de la compañía utilice tecnologías alternativas.
- **Generar «valor local»**, aumentando la diversidad de productos sostenibles en la plataforma de venta *online* Correos Market y en las oficinas.

Así Correos implementa su Modelo de Alineación con los ODS, integrando los objetivos anteriormente mencionados.

### 2.6.1. En Correos tenemos un plan. Modelo de alineación con los ODS

Como se ha citado anteriormente, el Modelo de Alineación con los ODS de Correos, contempla tres líneas de actuación prioritarias, identificadas como las principales palancas con las que puede generar mayores impactos positivos sobre los grupos de interés:

- **Negocio e innovación social**, a través del diseño y comercialización de productos y servicios sostenibles, orientados a dar respuesta a los principales desafíos sociales y medioambientales (despoblación rural, brecha digital y cambio climático, entre otros).



- **Relación con la comunidad**, mediante actuaciones con impacto local para promover el progreso y la integración social, en colaboración con diversas asociaciones, organizaciones y entidades (campañas de sensibilización, voluntariado, etc.).
- **Gestión sostenible**, a través de políticas internas de desarrollo de las personas, diversidad, responsabilidad en la cadena de suministro, buen gobierno y protección medioambiental (flota de vehículos eléctricos, economía circular o medidas de eficiencia energética, a modo de ejemplo).

Estas líneas persiguen incidir además sobre dos ejes transversales: la contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), impulsados por Naciones Unidas, y la respuesta al reto demográfico al que se enfrenta España.

## 2.6.2. Negocio e innovación social

### Servicios de proximidad

La oferta de servicios de proximidad para afrontar el reto demográfico, los cuales contribuyen a frenar la despoblación rural y aumentar las oportunidades en estos entornos, cada vez es más extensa.

Correos cuenta con servicios como Correos Cash, que facilita el acceso a servicios financieros en el medio rural; la solución de registro electrónico ORVE, que posibilita el envío de documentos digitalizados hacia las distintas administraciones; o la venta de billetes de tren o entradas para espectáculos, entre otros. Todos ellos además conforman productos y servicios adaptados a los entornos rurales.





Servicio de recogida de información

Correos continúa trabajando para diversificar nuestra actividad y acercar nuestros servicios a todas las personas haciendo más fácil su día a día, especialmente, en las zonas rurales.

Desde diciembre de 2021, todos los carteros y carteras rurales ofrecerán a domicilio muchos de los servicios que hasta ahora solo se prestaban en las oficinas o en la tienda *online* de Correos, una vez finalizado el despliegue de las PDA con estas nuevas funcionalidades. Así, las personas atendidas por las y los 6.011 profesionales de reparto rural de toda España podrán, desde la puerta de su casa, ingresar y retirar dinero en efectivo, enviar y recibir paquetería, pagar recibos y tributos, adquirir embalajes, sobres y sellos, o gestionar servicios de luz, gas, telefonía y seguros, y muchos servicios más que se prestan en nuestras cerca de 2.370 oficinas.



Servicios para la atención al ciudadano

Además, la compañía está instalando 1.200 cajeros automáticos en oficinas de toda España y 300 cajeros en pequeñas poblaciones de zonas rurales que no cuentan con oficina bancaria, ofreciendo así una solución al problema de la exclusión financiera.

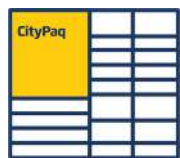


Tarjeta prepago de Correos

Los dispositivos aportados ofrecerán las operaciones básicas de cualquier cajero automático y la integración con las redes de entidades bancarias más extendidas en España. Además, desde los cajeros se podrán realizar operaciones de pagos de tributos y recibos, y otras funcionalidades que se irán definiendo.

Correos contribuye así a luchar contra la exclusión financiera, especialmente en las zonas rurales, ofreciendo a los ciudadanos la posibilidad de disponer de efectivo en poblaciones donde no hay oficinas bancarias, pero sí puntos de atención de la empresa pública.

De este modo, nuestra empresa demuestra su compromiso con el servicio público y continúa avanzando en su línea estratégica de acercar sus servicios a los ciudadanos y ofrecerles nuevas prestaciones que faciliten su día a día, en condiciones de igualdad de acceso, tanto en el ámbito urbano como en el rural.



Citypaq en espacios públicos

## Soluciones e-local

Correos apoya al comercio local a través de plataformas como:

- **Correos Market.** Es la iniciativa estratégica de nuestra compañía para dar visibilidad y acceso a los emprendedores y pequeños productores de todas las localidades y pueblos de España al gran mercado nacional, con él contribuimos al reto demográfico.

Con esta plataforma contribuimos a frenar la despoblación rural y aumentar las oportunidades en estos entornos.

Correos Market ha integrado recientemente la Tienda *online* de Correos, incluyendo su categoría «Solidario» integrada por Asociaciones, Fundaciones y ONG, desde donde los



Correos Cash

clientes pueden adquirir productos que contribuyen al desarrollo de proyectos sociales que ayudan a los más vulnerables.

- **Local e-commerce.** Actualmente hay una necesidad que se ha convertido en tendencia y es la transformación digital de negocios locales, por eso desde Correos, se pone a disposición de empresas privadas y organizaciones (ayuntamientos, asociaciones, etc.) una plataforma *online* para impulsar la venta de productos y servicios de los comercios locales.
- **Camino de Santiago sostenible.** Desde la web del Camino con Correos, se ofrecen infinidad de soluciones adaptadas a los peregrinos y usuarios del Camino: información de las rutas, el transporte de mochilas, el envío de bicicletas y maletas, así como el servicio de consigna en Santiago, entre otros.

También se puede encontrar la información de cada etapa, así como recomendaciones de qué hacer, ver o comer en cada lugar. Además se puede participar de la iniciativa #CaminoSostenible, un proyecto que anima a los peregrinos a reflexionar sobre sus hábitos diarios y a cambiarlos por unos más sostenibles.

A través de este apartado, también se impulsan iniciativas que fomentan la preservación del entorno medioambiental de las Rutas Jacobeas, la defensa del territorio rural y la promoción del comercio local y de proximidad, como medidas para atajar la despoblación rural y proteger el patrimonio natural.

## Productos circulares, neutros y activistas

Dentro del eje de **productos sostenibles**, podemos incluir los siguientes.

- **Línea Bosques** de embalajes, **totalmente circulares**, de cartón **100% reciclado y reciclable**, con reducción en el uso de tintas. Con su venta, colaboramos con proyectos de reforestación, prevención de incendios y preservación de la biodiversidad.

Aunque el principal objetivo de Correos para alcanzar la neutralidad en carbono en 2030 es la reducción de emisiones de CO<sub>2</sub>, otra de las herramientas empleadas para esa finalidad son los programas de **compensación de emisiones**, mediante la adquisición de créditos de carbono en el mercado voluntario de emisiones.

En concreto, el proyecto **Correos Compensa** permite compensar las emisiones de los envíos que los clientes contratan en la red de oficinas, con el respaldo a proyectos de mitigación y de absorción, certificados por organismos como el Convenio Marco de Naciones Unidas sobre el Cambio Climático y contrastados por la Oficina Española de Cambio Climático.

Con Correos Compensa se promueven, además, beneficios sociales adicionales para las comunidades cercanas a los proyectos de compensación. Estos beneficios incluyen la mejora de las oportunidades de empleo, de la calidad del aire o del agua, la conservación de la biodiversidad, así como el acceso a la energía o a los servicios de salud y educación.

- En el mismo eje, se encuentran los **envíos responsables**, producto que busca transmitir a la sociedad la importancia de reflexionar sobre si un envío es realmente urgente, ya que «no todo es urgente, pero cuidar el planeta, sí». Así con un uso más consciente y responsable del servicio de paquetería, es además posible optimizar las rutas de los diferentes medios de transporte.
- Otra de las soluciones colaborativas y activistas incorporadas, ha sido el **Redondeo con Impacto**. A través de este proyecto, los clientes que realicen el pago de su compra con tarjeta en cualquiera de las oficinas de Correos podrán contribuir al desarrollo de proyectos con impacto social o medioambiental positivo ([www.correos.worldcoo.com](http://www.correos.worldcoo.com)).

### 2.6.3. Compromiso con la comunidad

Correos, con presencia diaria en el territorio a través de sus más de 30.000 carteros y carteras y cerca de 2.400 oficinas, atiende las necesidades de comunicación de todos los ciudadanos y ciudadanas, con independencia de su lugar de residencia o renta, con un servicio eficiente y de calidad.

La compañía mantiene canales de comunicación con Administraciones locales y autonómicas, asociaciones profesionales y de consumidores, instituciones académicas y plataformas ciudadanas, con el fin de conocer sus necesidades y explorar posibles ámbitos de colaboración.

Todo ello con la finalidad de poder prestar un servicio público de calidad a la ciudadanía y, al mismo tiempo, apoyar aquellas iniciativas más afines a sus líneas de actuación en el marco de la responsabilidad social corporativa.

### Colaboraciones con ONG y proyectos sociales

Adicionalmente, Correos respalda diversos proyectos, en colaboración con asociaciones, fundaciones y otras entidades del tercer sector, que poseen un relevante impacto local y cuyos objetivos se centran en cuatro áreas de actuación:

- **Educación e infancia:** a través de la venta de artículos en favor de diversas ONG e iniciativas promovidas por la compañía para impulsar las asignaturas **STEM**, siglas en inglés de Ciencias, Tecnología, Ingeniería y Matemáticas.
- **Diversidad e inclusión:** con iniciativas especialmente dirigidas a mujeres y colectivo LGBTIQ+, como la adhesión a la campaña contra la violencia de género o la participación, con motivo del Día Internacional de la Mujer, en la campaña multigeneracional por los derechos de las mujeres y un futuro igualitario **#GeneraciónIgualdad**, impulsada por Naciones Unidas.
- **Sensibilización sobre el cambio climático:** mediante la participación en La Hora del Planeta, o su colaboración en campañas de sensibilización medioambiental como la de **Redondeo con impacto** o la difusión de sellos **Protest Stamp**.

- **Sello solidario:** Correos emite cada año un sello en colaboración con asociaciones, fundaciones, ONG como, por ejemplo, ACNUR, WWF España, Manos Unidas y Agenda 2030, para contribuir a la difusión de proyectos sociales o medioambientales desarrollados por estas entidades.



## Voluntariado corporativo

Desde hace años Correos realiza diferentes iniciativas de voluntariado en todo el territorio, entre las que se pueden destacar: la participación en actividades de reforestación, las recogidas de alimentos puntuales, la participación en La Gran Recogida de Alimentos coordinada desde FESBAL (Federación Española de Bancos de Alimentos), así como las recogidas de juguetes, de material escolar, de libros y de cartas para los Reyes Magos en hospitales y asociaciones de todo el territorio. «Ayudar en todo lo que podamos» fue el lema del compromiso de Correos durante el confinamiento causado por la COVID-19.

Correos se puso al servicio de la sociedad para hacer llegar todo lo necesario a los ciudadanos, colectivos vulnerables y todos aquellos profesionales que, en esos difíciles momentos, estaban realizando labores esenciales.

La ejemplar movilización de todos los trabajadores, y en especial de 3.292 voluntarios y voluntarias, desde el mismo inicio de la pandemia, creó una auténtica red solidaria, bajo la máxima de «Ayudar en todo lo que podamos». Durante las diez semanas del confinamiento, estos voluntarios y voluntarias de Correos participaron en cerca de 500 iniciativas solidarias, dando apoyo logístico y humano a sanitarios, ancianos, familias vulnerables, escolares y todos aquellos colectivos que lo necesitaron.

A finales de mayo de 2020, se habían gestionado miles de envíos solidarios que llegaron a más de 815.000 beneficiarios, distribuido más de 942.000 kilos de alimentos y entregado más de 1,2 millones de artículos sanitarios o de protección, colaborando con más de 360 empresas, 190 entidades sociales y 150 Administraciones públicas.



Compromiso de Correos durante la COVID-19.



Correos también se sumó a iniciativas solidarias como #ChefsforSpain, liderada por el chef José Andrés junto a su ONG World Central Kitchen, realizando la distribución de menús a hoteles medicalizados y a miles de familias en situación de necesidad, o #Food4Heroes, para la entrega de menús y otros productos al personal sanitario de hospitales y al de residencias, comisarías o parques de bomberos. También colaboramos con diversas Administraciones y con la ONG Ayuda en Acción para la distribución y entrega de las tarjetas prepago Correos Mastercard, con las que personas en situación de vulnerabilidad económica pudieron acceder a ayudas para adquirir alimentos o productos farmacéuticos.

## 2.6.4. Gestión sostenible

### ¿Qué es la gestión sostenible?

La **gestión sostenible** es un conjunto de valores humanos, éticos y medioambientales, desde la perspectiva de la calidad y la excelencia, que tiene por objeto dotar a las sociedades de un instrumento de referencia para el desarrollo sostenible de las empresas, las instituciones y las comunidades, asegurando así la competitividad y fortaleciendo el tejido económico y social del planeta.

Implementar sistemas de gestión basados en las buenas prácticas es uno de los principios de la gestión sostenible, a la vez que aseguran una mayor competitividad y un mejor desarrollo de las organizaciones.

El sector del transporte representa una cuarta parte de las emisiones totales de gases de efecto invernadero. El Pacto Verde Europeo persigue reducir estas emisiones un 90% y alcanzar la neutralidad total para 2050. Con ese objetivo, la Unión Europea contempla ejecutar diversas líneas de acción para las próximas décadas, entre las que tienen especial relevancia para Correos las relativas a movilidad urbana (reducción de emisiones y congestión vehicular) o movilidad sin emisiones (supresión de exenciones a combustibles aéreos y marítimos y fomento de combustibles alternativos).

Asimismo, el Plan Europeo de Recuperación NextGenerationEU, en su programa para la transición ecológica, incluye como uno de sus ámbitos de actuación la movilidad sostenible e inteligente, promoviendo medios de transporte, combustibles e infraestructuras con menor impacto medioambiental.

En España, durante 2020 se inició, o completó, la tramitación de diversas normativas, en consonancia con los objetivos medioambientales europeos. Así, la **Ley 7/2021, de Cambio**



**Climático y Transición Energética** fomentará la mayor penetración de los gases renovables, la creación de zonas de bajas emisiones en todas las ciudades de más de 50.000 habitantes, el aumento de las infraestructuras para el vehículo eléctrico o la consolidación de cadenas logísticas sostenibles.

Por su parte, el Plan Nacional Integrado de Energía y Clima 2021-2030 (PNIEC) ha definido los objetivos de reducción de emisiones de gases de efecto invernadero, de penetración de energías renovables y de eficiencia energética. El Plan contempla que los sectores difusos, como el del transporte, contribuyan con una mitigación del 39% en 2030. Otra fuerza motriz impulsora de la descarbonización será la presencia de renovables en la movilidad, que alcanzará el 28% en 2030, mediante la electrificación<sup>2</sup>.

La sostenibilidad supone una apuesta estratégica de futuro para Correos, ya que está intrínsecamente ligada al desarrollo empresarial. Por eso, una vez que se identificaron los principales impactos en función del entorno y los riesgos y oportunidades que se prevén, se han marcado, dentro del Modelo de Alineación con los ODS, cuatro líneas principales de trabajo con respecto a la gestión sostenible:

- Circularidad. Gestión de residuos generados.
- Movilidad.
- Cambio climático.

La priorización de las acciones concretas, el seguimiento de los proyectos de reducción y el mantenimiento de lo existente se garantiza a través de un sistema de gestión ambiental inspirado en la norma ISO 14001 y que ayuda a monitorizar y mejorar el desempeño ambiental de toda la organización.

### **Circularidad: medidas adoptadas**

La humanidad tala bosques más rápidamente de lo que vuelven a crecer, pesca en los océanos más rápido de lo que se regenera la vida marina y emite más dióxido de carbono de lo que la biosfera puede absorber. En definitiva, el ser humano está consumiendo más recursos naturales de los que la Tierra es capaz de generar<sup>3</sup>.

El paso a una economía circular es una necesidad. La economía lineal, basada en extraer, fabricar y desechar materiales en grandes cantidades y consumir energías baratas y de fácil acceso, ha generado escasez de recursos.

Es el momento de aprovechar las ventajas que ofrece el modelo circular, hacer que productos y materias mantengan su utilidad en todo momento. Además, generará crecimiento, creación de empleo, reducción de impacto en el medioambiente como la reducción de emisiones.

2. Informe Anual Integrado 2021 Grupo Correos, p. 35

3. <https://www.lavanguardia.com/natural/20170802/43270260867/humanidad-agota-recursos-un-ano-tierra.html>



Pero, ¿qué es **la economía circular**?

Se trata de la economía que surge como respuesta a la escasez de recursos naturales, a la contaminación del planeta y al cambio climático

- **Preservar y mejorar el capital natural** (mediante el uso de recursos renovables y naturales más eficientes).
- **Optimizar el uso de recursos** (ecodiseño, reutilizar, reparar, reciclar).
- **Fomentar la eficacia en el sistema** (consumo y producción local y de temporada).

Mejorar la gestión de residuos en los principales centros de trabajo es una de las medidas que se están adoptando desde Correos para introducir una economía circular dentro de la compañía. Las medidas contempladas para su materialización incluyen la implantación de un modelo de concentración que mejore la segregación y aumente las tasas de reciclaje.

En 2020 se llevó a cabo un estudio y caracterización de los residuos generados en algunos de los centros de Correos, con el fin de identificar, valorizar e implantar acciones correctivas para conseguir el propósito de ser Residuo Cero en 2030.

Por otra parte, Correos cuenta con una alianza con la plataforma internacional **Globechain** para la donación del contenido de los envíos abandonados declarados (según lo dispuesto en la Ley 15/2009, de 11 de noviembre, del contrato de transporte terrestre de mercancías). Se trata de una plataforma a la que tienen acceso asociaciones, fundaciones y ONG para solicitar los elementos que Correos tiene a disposición para ser donados y, de esta manera, darles un ciclo de vida más largo, aprovechando su utilidad y minorando la generación de residuos.

Correos también está trabajando en la inclusión de criterios de sostenibilidad en la compra de embalajes, buscando nuevos materiales respetuosos con el medioambiente, que se apoyen en la innovación y se basen en el aprovechamiento de los recursos naturales, así como en su durabilidad para poder mantenerlo lo máximo en el tiempo.

Otro de los proyectos que Correos está desarrollando es **«Paperless»**: la supresión del papel supone, en primer lugar, un factor importante de mejora medioambiental y, en segundo lugar, minimizar costes de impresión y de almacenamiento físico. Pero aplicado a la gestión empresarial, la transformación digital implica además una mayor eficiencia y reducción de costes derivadas<sup>4</sup> de:

- Reducción de errores gracias a la automatización de los procesos.
- Reducción de tiempos de procesamiento.
- Incremento de la seguridad y confidencialidad de las operaciones.

4. <https://edicomgroup.es/blog/que-es-el-paperless-mucho-mas-que-el-fin-del-papel>

En Correos llevamos años introduciendo cambios y digitalizando procesos a través, por ejemplo, de la facturación electrónica, el *ticket* electrónico en nuestras oficinas, la digitalización de acuses de recibo, etc.

La digitalización es un factor de competitividad, eficiencia y productividad. Correos es consciente de que ya no es una opción para las empresas, sino una necesidad, por eso se trabaja constantemente para seguir ofreciendo las mejores ventajas tanto a los clientes como a los empleados y empleadas, aprovechando las nuevas oportunidades que brinda la digitalización.

## Movilidad: principales actuaciones

Correos apuesta por una movilidad sostenible, inteligente, local y consciente.

### • Sostenible

- Correos cuenta con una de las mayores flotas alternativas de España.
- Se apuesta por tecnologías alternativas (eléctrico, gas natural, vehículos híbridos y se está empezando a explorar el hidrógeno) y nuevos modos de transporte (como patinetes, triciclos, drones o bicicletas).
- Actualmente más del 95% de las rutas regulares de larga distancia tienen distintivo ECO.
- El 100% de la electricidad adquirida por Correos es renovable con garantía de origen.
- Sin olvidar el reparto a pie, donde más de 30.000 carteros y carteras recorren diariamente el territorio haciendo entregas cero emisiones.

### • Inteligente

- Apostando por la digitalización y mejora de nuestra red logística, así como la optimización de rutas.
- Mejorando los procesos mediante la robotización y digitalización.

### • Local

- Correos cuenta con la red más accesible del sector con puntos de acceso como Citypaq y cerca de 2.400 Oficinas.
- Gracias a la red rural, Correos llega a casi todos los pueblos de España, evitando que los destinatarios tengan que desplazarse en su vehículo para recoger sus envíos a localidades vecinas.

### • Consciente

- Nos hemos acostumbrado a tener las cosas en el momento. Pero debemos ser conscien-



tes de que eso tiene consecuencias para nuestro entorno. Correos está convencido de que, si se ofrece la opción, muchos clientes elegirán unas condiciones de envío que tengan un menor coste climático. La inmediatez tiene actualmente una fuerte dependencia de los combustibles fósiles para cubrir las grandes distancias.

- Y no dejando a nadie atrás, para contribuir a una transición justa y responsable.

Uno de los principales objetivos de Correos en materia medioambiental es reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y la huella de carbono, con la finalidad de colaborar en la transición hacia una economía baja en carbono.

Desde 1996, en Correos se evalúan e incorporan medios de transporte que emplean combustibles alternativos a los derivados del petróleo, contando actualmente con una de las mayores flotas eléctricas del sector.

En total, el parque de vehículos de Correos está integrado por una de las mayores flotas eco-eficientes del sector, destinándose preferentemente al reparto a domicilio en entornos urbanos y centros históricos, donde la circulación de vehículos de combustión tradicional está cada vez más restringida por las recientes normativas municipales de movilidad.

Adicionalmente a los vehículos eléctricos, también se están probando otras tecnologías que pueden ayudar a reducir el impacto de la flota, como GLP (Gas Licuado del Petróleo) dentro del proyecto europeo POSTLowCIT o GNC (Gas Natural Comprimido), tanto para la flota de largo recorrido como para la de última milla.

Por otra parte, Correos se apoya en sistemas de optimización de rutas o desarrollando nuevas modalidades de entrega como el servicio de Citypaq, que ayuda al medioambiente por diferentes motivos:

1. Solo se realiza un único intento de entrega.
2. Se pueden entregar varios paquetes en un solo lugar.
3. Se contribuye a mejorar la calidad del aire ahorrando desplazamientos.

### **Cambio climático: acciones puestas en marcha**

El **100% de la energía eléctrica** necesaria en la actividad del Grupo Correos es **de origen renovable**. Dado que posee centros de trabajo en todo el territorio, otro de los objetivos de Correos es reducir el consumo energético de los inmuebles de la compañía. Su consecución está vinculada a la optimización de las necesidades energéticas de los centros, la sustitución de sistemas de iluminación y climatización, así como la sensibilización a los empleados y empleadas.

Con el suministro eléctrico de las unidades de distribución que cuentan para su operativa con vehículos eco-eficientes, Correos contribuye a crear zonas de reparto de emisiones reducidas. En este sentido, el centro logístico integral de Barcelona (CLI) es también un centro con cero emisiones, al emplear electricidad de origen 100% renovable y biomasa para sus sistemas de calefacción y agua caliente.

Adicionalmente, desde Correos, se adoptan medidas para la consecución del objetivo de reducir emisiones, como es la sensibilización a empleados y empleadas a través de iniciativas como el Premio al Compromiso Ambiental, donde se contribuye activamente a reducir el impacto medioambiental de nuestra actividad, a través del ahorro en nuestros consumos energéticos y una mejor administración y reducción de los residuos, todo ello para lograr una menor emisión de CO<sub>2</sub>.

## Proyectos europeos: PostLowCit, ECO-GATE, SENATOR

### POSTLowCIT

En cuanto a la investigación de tecnologías alternativas para la reducción de emisiones, entre otros objetivos, Correos lideró el proyecto europeo POSTLowCIT, con el que se buscaba reducir el impacto de la distribución a través del testeo de diferentes combustibles alternativos y desarrollar un sistema de información que permitiera optimizar la entrega de última milla.

### ECO-GATE

El proyecto **ECO-GATE**, liderado por Gas Natural Fenosa, cuenta con la participación de Correos desde 2017. Este programa, cofinanciado por la Unión Europea, evalúa el uso, en la operativa diaria, de furgonetas de gas natural comprimido (GNC), transformadas o nativas, para el transporte de media distancia y última milla, comparando su rendimiento con el de vehículos diésel.

### SENATOR

Correos lidera el proyecto SENATOR, subvencionado al 100% por la Comisión Europea dentro del marco del programa europeo Horizonte 2020.

Es un proyecto colaborativo con el que se pretende desarrollar un nuevo modelo logístico urbano, que ofrecerá soluciones a las ciudades de planificación y gobernanza logística, de distribución compartida y baja en emisiones y con el que se persigue resolver las necesidades de la economía bajo demanda, aquella que permite adquirir productos a través de plataformas *online*.

Nace para evitar el solapamiento diario entre redes que operan entregas en un mismo domicilio.

Permitirá optimizar los servicios de entrega en las zonas urbanas, lo que lleva a disminuir el número y la distancia de las rutas de entrega. Información en tiempo real, prediccio-



nes y optimización de la planificación, todo ello basado en algoritmos de inteligencia artificial.

Por medio de este proyecto se conectarán también los servicios de entrega de mercancías y los puntos de recogida y se integrarán todos los requisitos de entrega en la planificación urbana.

Con SENATOR se pretende resolver aspectos tan relevantes y actuales como la demanda creciente de productos por parte de los usuarios, el aumento de los costes asociados y la atomización del sector, además de la congestión causada por la distribución de mercancías en los centros urbanos y las inevitables consecuencias ambientales.

Está previsto que el proyecto SENATOR tenga una duración de cuatro años. Se trata de un consorcio internacional, en el que intervienen compañías e instituciones de cinco países europeos, entre ellos empresas españolas como Zabala Innovation Consulting y Dotgig Corporation; también participan en él ayuntamientos, como el de Zaragoza y el de Dublín.

### **FoodRus**

El objetivo de FoodRus es desarrollar e implementar un enfoque alimentario circular a través de una red de colaboración basada en el uso de las tecnologías de las TIC para reducir las pérdidas y el desperdicio de alimentos a lo largo de la cadena de valor agroalimentaria.

Correos colabora con este proyecto porque es interesante desarrollar soluciones de última milla para evitar el desperdicio alimentario, reducir los tiempos de entrega, estudio de los embalajes en la cadena de frío y probar nuevas soluciones de transporte.

## **2.7. Emprendimiento e innovación**

### **2.7.1. Emprendimiento corporativo e innovación abierta en Correos**

#### **Conceptos básicos del ecosistema emprendedor**

Un ecosistema emprendedor comprende a la comunidad de todos los agentes que participan en procesos de emprendimiento, la innovación, la creación y el desarrollo de nuevas startups. Estos son los principales agentes que conforman e interactúan en un ecosistema emprendedor:

- **Startups:** son proyectos empresariales emergentes con un gran potencial de crecimiento. A diferencia de una empresa de nueva creación, una startup no tiene por qué tener un modelo de ingresos aún definido ni tipo de sociedad mercantil establecido. Habitualmente una startup se fundamenta en la aplicación de nuevas tecnologías o nuevos modelos de negocio para generar su propuesta de valor hacia el mercado.





- **Corporaciones:** son empresas establecidas que operan en un sector determinado. Su papel dentro del ecosistema emprendedor facilita el acceso de las startups al mercado y contribuye a generar nuevos proyectos de emprendimiento corporativo, en colaboración con ellas.
- **Administraciones e instituciones:** facilitan la gestión administrativa y generan también ayudas con recursos, subvenciones y fondos destinados a favorecer el emprendimiento.
- **Inversores:** son agentes que invierten, normalmente participando del capital de las startups, en nuevas ideas y proyectos emprendedores. Dependiendo de la fase en la que se encuentre un proyecto emprendedor o una startup y del volumen de inversión, puede haber distintos tipos de inversores, desde inversores particulares o «business angels», fondos de inversión especializados en startups, o plataformas de inversión colectiva o crowdfunding, que facilitan la inversión de particulares en grupo, con importes menores.
- **Instituciones académicas:** la semilla de muchas de las ideas emprendedoras surge de universidades y centros de investigación y es allí donde se conocen y se forman los equipos de trabajo que dan los primeros impulsos a dichas ideas.
- **Otros actores:** cámaras de comercio, espacios de coworking, organizadores de eventos o clústeres de empresas aportan también espacios de encuentro y de apoyo de emprendedores y startups.

Correos cuenta con un ecosistema emprendedor propio, bajo la marca CorreosLabs, que engloba todas las iniciativas de emprendimiento corporativo de la compañía y las startups colaboradoras con Correos, y que cuenta además con un espacio físico, el hub de emprendimiento de CorreosLabs, como punto de encuentro. CorreosLabs es a su vez un agente más del ecosistema emprendedor de España, conectado a través de eventos y comunidades innovadoras, con las iniciativas que se impulsan en todo el territorio nacional.

## ¿Para qué hacemos emprendimiento en Correos?

El objetivo de Correos en materia de emprendimiento es generar alianzas con Startups y otros agentes del ecosistema emprendedor para mejorar Correos y la sociedad. Dicha mejora puede ser enmarcada principalmente en dos categorías:

- Mejoras en eficiencia del negocio actual de Correos: implantando nuevas herramientas, nuevos procesos y actualizando la tecnología en la que se sustenta el negocio principal de Correos.
- Creación de nuevos productos o servicios que ayuden a la diversificación del negocio de Correos.

El modelo de innovación abierta de Correos permite combinar la experiencia y fortalezas internas de la compañía con la tecnología, agilidad y talento que ofrece el ecosistema emprendedor nacional e internacional. De este modo, es posible dar respuesta a las necesidades en materia de innovación de empresa y clientes, explorando nuevos segmentos de



mercado, productos y servicios, así como integrando tecnologías emergentes que permitan la optimización de los procesos internos.

El proceso de Innovación Abierta en Correos comprende diversas fases, principalmente:

- **Definición de retos de la compañía.** Cada área de negocio traslada los retos o necesidades de mejora e innovación al equipo de emprendimiento de Correos
- **Definición de verticales.** Dichas verticales son categorías que responden a los retos planteados por las áreas de negocio y pueden ser, por ejemplo: Logística, ciberseguridad, fintech, movilidad urbana, e-commerce, etc.
- **Desarrollo de programas de colaboración con startups**, como el Reto Lehnica.
- **Búsqueda activa (scouting) de startups** que puedan resolver los retos planteados, dentro de las verticales definidas.
- **Desarrollo de pruebas de concepto** junto a las startups, bajo el marco del Reto Lehnica, o con acuerdos de innovación particularizados para cada startup.
- **Evaluación de resultados** de pruebas de concepto y estudio de modelos de continuidad.

## Proyectos de emprendimiento: Reto Lehnica

El «Reto Lehnica» es el programa de colaboración con emprendedores y startups de Correos, cuyo objetivo es impulsar aquellas propuestas de startups que faciliten la mejora de los procesos operativos o el desarrollo de productos o servicios innovadores de la compañía.

El programa del Reto Lehnica consiste en desarrollar, con cada una de las startups ganadoras de cada edición, una prueba de concepto o proyecto piloto, en la que equipos de profesionales de Correos trabajan junto con la startup en probar soluciones que resuelvan alguno de los retos de mejora de Correos.

Las empresas participantes en esta iniciativa reciben una aportación económica para hacer frente a los costes de desarrollo de las pruebas de concepto. También pueden hacer uso del espacio en CorreosLabs para trabajar y colaborar con otros emprendedores, ofrecer formación, así como recibir coaching y mentoring interno y externo, durante un año.

Con muchos de los emprendedores ganadores del Reto Lehnica Correos ha seguido colaborando tras concluir su experiencia de aceleración, asegurando la continuidad de sus proyectos empresariales y generando mejoras en el negocio de Correos. A modo de ejemplo, se describen dos de las startups que han colaborado junto con Correos en el marco del Reto Lehnica, y los retos que han podido resolver durante el programa.



- All Read Machine Learning (que realiza la detección, lectura y digitalización de textos, códigos y símbolos en las cadenas de suministro, mediante una solución basada en Inteligencia Artificial) asumió el reto propuesto por Correos de mejorar la eficiencia de la lectura automatizada de códigos postales en diferentes flujos de paquetería. Los resul-

tados durante la prueba piloto evidenciaron una reducción, en más de la mitad, de los errores de lectura en el proceso, agilizando los procesos de clasificación.

- Moevo (especializada en movilidad sostenible y focalizada en la ergonomía y salud de los profesionales de reparto urbano) desarrolló junto con la compañía un nuevo modelo de carro de reparto asistido, con una plataforma de movilidad eléctrica acoplada, reduciendo el esfuerzo humano, optimizando las rutas de reparto y empleando energía cero emisiones.



## 2.7.2. CorreosLabs, ¿qué es?

### Conoce nuestro espacio físico y virtual

CorreosLabs es el centro de innovación y emprendimiento de Correos. Situado en el barrio de Las Tablas, en Madrid, es un espacio flexible de trabajo que cuenta con puestos de coworking y espacios colaborativos como salas de reuniones y un auditorio, abierto a todo el ecosistema emprendedor donde, a través de actividades propias o en colaboración con otras empresas, se fomenta la creatividad y el intercambio de conocimiento. Está concebido como el punto de encuentro de todas las iniciativas de Innovación Abierta de Correos, y de los equipos de trabajo de los proyectos de emprendimiento de Correos.

El entorno de CorreosLabs, en plena fase de consolidación y expansión, ha contribuido desde su creación en 2017 a la modernización de los espacios de trabajo o workplaces de la compañía, aportando entornos para la creación de ideas, la inspiración dentro del trabajo en grupo y los encuentros relevantes con agentes innovadores y startups, dotando además a sus espacios con tecnología que facilita el desarrollo de dichos encuentros: los eventos de la comunidad innovadora que se venían celebrando de forma exclusivamente presencial en CorreosLabs hasta 2020 dieron paso a un entorno híbrido que permite a CorreosLabs difundir sobre plataformas digitales los eventos de su agenda, independientemente de su naturaleza 100% digital o híbrida (presencial y digital). CorreosLabs centraliza en su sitio web [labs.correos.es](http://labs.correos.es) todas las comunicaciones con su comunidad.

Correos posiciona también el coworking de CorreosLabs para estar a disposición de toda la comunidad de startups, para difundir la cultura de emprendimiento, conectar con los emprendedores y fortalecer el tejido empresarial allí donde se encuentre un centro o hub CorreosLabs, redundando en beneficio de toda la sociedad y en la diversificación y mejora del negocio de Correos.

## Proyectos de innovación abierta en CorreosLabs

A través de CorreosLabs, Correos apuesta por el fomento del emprendimiento y el impulso de la innovación, a través de acuerdos con otras organizaciones del ecosistema emprendedor. Cabe destacar, además del Reto Lehnica y entre otras, las siguientes actuaciones llevadas a cabo desde 2021:

- La exploración de nuevas localizaciones para la implantación de espacios CorreosLabs en los edificios de la Corporación Pública Empresarial de Navarra o el CIDE (Centro de Innovación y Desarrollo Empresarial) Segovia. Esta expansión del modelo forma parte de la estrategia de crecimiento del ecosistema de CorreosLabs.
- La mentorización, difusión y promoción de la innovación en el ámbito universitario o el sector público, con la participación en las actividades promovidas por Fundecor, Gigas for School o la Junta de Andalucía, o a través del marco «Amigos de CorreosLabs», en colaboración con diversas empresas y programas.
- La participación como aliado oficial, en la estrategia del Alto Comisionado España Nación Emprendedora, y la colaboración con el programa de aceleración Hubin Galicia.
- El patrocinio de eventos de innovación como Spain Startup (South Summit) y Startup Valencia (Digital Summit Valencia).

### 2.7.3. El papel de los empleados de Correos en los retos de emprendimiento

El elemento diferenciador del programa del Reto Lehnica es la involucración directa del personal de Correos, desde la definición de las necesidades y los retos de innovación hasta el desarrollo de las pruebas de concepto junto con las startups participantes, como tutores de proyectos.

Los tutores son empleados de Correos que participan directamente en la coordinación de los proyectos piloto o pruebas de concepto que se desarrollan dentro del marco del Reto Lehnica, con las siguientes funciones:

- Acordar y cocrear junto a la startup el alcance de la colaboración dentro del Reto Lehnica y los objetivos de la prueba de concepto, estableciendo un plan de proyecto, unos entregables y unos hitos a conseguir.
- Asegurar la comunicación fluida entre la startup y el resto de la organización de Correos durante el desarrollo del proyecto.
- Coordinar el seguimiento de los hitos de proyecto en cada una de sus fases.
- Presentar al resto de áreas de Correos los resultados obtenidos en el proyecto y evaluar los posibles siguientes pasos.

Algunos de los beneficios que obtiene Correos de la participación directa de sus empleados en el Reto Lehnica son:

- Difusión de la cultura emprendedora en los equipos de trabajo de Correos, que deben adaptarse al ritmo de trabajo y dinámicas de cada startup.
- Experiencia directa en metodologías ágiles de trabajo.
- Contacto directo con el estado del arte de las tecnologías emergentes que forman parte de las propuestas de las startups, y con el talento emprendedor de los equipos de trabajo de las startups.
- Cocreación de nuevas ideas y proyectos que pueden aportar un valor diferencial a las áreas de Correos involucradas en el Reto Lehnica.





# Tema 3

---

Productos y servicios: Comunicación.  
Paquetería de Correos y de Correos Express.  
Servicios e-commerce y Citypaq



# Contenido

## **3.1. Introducción a los productos de Correos: atributos y valores añadidos**

### **3.2. Servicios de comunicación**

- 3.2.1. Carta ordinaria
- 3.2.2. Carta certificada
- 3.2.3. Notificaciones
- 3.2.4. Servicios de marketing directo
- 3.2.5. Respuestas comerciales
- 3.2.6. Libros
- 3.2.7. Publicaciones periódicas
- 3.2.8. Cecograma
- 3.2.9. Servicios telegráficos

### **3.3. Paquetería de Correos y de Correos Express**

- 3.3.1. Paquetería de Correos
- 3.3.2. Paquetería y servicios Correos Express

### **3.4. Servicios e-commerce y Citypaq**

- 3.4.1. Canales digitales de Correos
- 3.4.2. Soluciones e-commerce a clientes
- 3.4.3. Servicios Citypaq

### 3.1. Introducción a los productos de Correos: atributos y valores añadidos

A lo largo de este tema se hará una exposición de los diferentes productos y servicios que integran la oferta de Correos, desde los más tradicionales (carta, tarjeta postal, etc.) hasta los más innovadores (servicios e-commerce, servicios Citypaq, etc.), muestra evidente de la adaptación de Correos a las nuevas necesidades de los clientes y del mercado, sin dejar de lado los servicios clásicos. La presentación de cada producto o servicio responde a la gran importancia que tiene conocer cada uno de ellos con el mayor detalle posible; por ese motivo se facilita información pormenorizada sobre las características particulares de cada uno de ellos (ámbito de prestación, plazos de entregas, medidas y volúmenes, valores añadidos y servicios adicionales que se pueden contratar, etc.). Adicionalmente y de manera lógica, se hace una explicación concisa y clara de su razón de ser y función.

Por otro lado es importante presentar cada uno de los servicios más innovadores (canales digitales, *marketplace*, etc.) con precisión, por ser fundamentales en el desarrollo social y económico actual. También aquellos que colaboran activamente con el fomento de los bienes de interés cultural, como es el caso de los servicios específicos creados para los peregrinos del Camino de Santiago o las características que acercan los servicios de Correos a personas como puede ser el caso de aquellos que tienen movilidad reducida, todo ello sin dejar a ningún *target* de usuario fuera (tramitaciones tradicionales junto con las nuevas formas de comunicación) y persiguiendo siempre la adaptación y la innovación en el mercado presente y futuro.

Por último, se dedica un apartado independiente a los servicios propios de Correos Express, la empresa de paquetería urgente del Grupo Correos que apoya el desarrollo y crecimiento de empresas, profesionales y particulares, con servicios en la península ibérica y otros destinos internacionales.



### 3.2. Servicios de comunicación

Correos es una empresa que trabaja en el ámbito de las comunicaciones físicas y digitales, además de la paquetería, y que quiere continuar siendo líder en la distribución postal a los ciudadanos y a las empresas.

Sin embargo, la Administración electrónica, la banca digital y las facturas electrónicas, especialmente durante estos dos últimos años de pandemia, han sustituido las comunicaciones en formato papel y, por tanto, han abandonado los servicios postales a favor de los canales electrónicos. Correos se adapta a los nuevos tiempos, para lo que ofrece un abanico de productos y servicios para atender a las nuevas demandas de los ciudadanos y de las empresas. Para dotar de competitividad dicha oferta, incorpora la multicanalidad, la inmediatez y la personalización de los mensajes.

Dado que se trata de un mercado en expansión y atractivo para muchas empresas, Correos debe diferenciarse de sus competidores a través de la confianza que genera su larga trayectoria empresarial basada en la fiabilidad y la seguridad de sus servicios. A ello añade una continua innovación en los servicios que ofrece y una gran flexibilidad para adaptarse a las necesidades específicas de sus clientes.

Correos denomina **Línea de Comunicación** al conjunto de productos y servicios que ofrece al mercado con el objetivo de satisfacer las necesidades de comunicación escrita de ciudadanos y empresas, y el envío y distribución de documentos de carácter nacional e internacional.

### 3.2.1. Carta ordinaria

**a) Carta:** todo envío cerrado cuyo contenido no se indique ni pueda conocerse, así como toda comunicación en forma escrita sobre soporte físico de cualquier tipo, que tenga carácter actual y personal.

También se considerarán cartas los envíos de recibos, facturas, documentos de negocios, estados financieros y cualesquiera otros mensajes que no sean idénticos.

**b) Tarjeta postal:** toda pieza rectangular de cartulina consistente, o material similar, lleve o no el título de tarjeta postal, que circule al descubierto y que contenga un mensaje de carácter actual y personal.

## Glosario

**D + X:** Los términos D + X hacen referencia a los plazos de entrega. «D» es el día en que se realiza la admisión y el día que suma (+2, +3...) corresponde a los días de plazo para la entrega. Por ejemplo: D+2 quiere decir que el envío se entregará en un plazo de 2 días contabilizado a partir del día siguiente al de la admisión, es decir, si el envío se admite un lunes 13, se entregará un miércoles 15.

## CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO

### Ámbito de admisión

Todo el territorio nacional, incluido Andorra.

### Ámbito de destino

Nacional: Todo el territorio nacional, incluido Andorra.

Internacional:

ZONA 1: Europa, incluida Groenlandia.

ZONA 2: Resto de países, excepto los de las zonas 1 y 3.

ZONA 3: Australia, Canadá, Estados Unidos, Japón, Nueva Zelanda y Rusia.

### Plazos de entrega

Nacional:

D+3 en el 93% de los envíos, en todo el territorio.

D+5 en el 99%.

(continúa en la página siguiente)

**Internacional:**

Europa: 2-4 días hábiles.

Resto: según país.

**Peso máximo**

2 kg.

**Medidas****Máximas:**

Sobre/Caja:  $L+A+A = 90$  cm (L, A,  $A \leq 60$  cm).

Rollo/Tubo:  $L+2D = 104$  cm (L,  $D \leq 90$  cm).

Tarjeta Postal:  $23,5 \times 12$  cm.

**Mínimas:**

Sobre/Caja:  $14 \times 9$  cm.

Rollo/Tubo:  $L+2D = 17$  cm (L,  $D > 10$  cm).

Tarjeta Postal:  $14 \times 9$  cm.

Los envíos con dimensiones inferiores a las mínimas deberán llevar una etiqueta anexa de  $10 \times 7$  cm en la que figuren la dirección y el franqueo.

**Entrega de los envíos**

Consta de un único intento de entrega.

La entrega de las cartas ordinarias se realiza en el buzón de destino y si las características físicas del mismo no lo hicieran posible y el destinatario no estuviera en su domicilio, se le dejará un Aviso de Llegada para poder recoger la carta en su oficina postal de referencia, donde **estará en lista** durante 15 días.

**Medios de franqueo**

Franqueo Pagado.

Metálico/sellos/tarjeta bancaria.

Franqueo a máquina.

**Valores añadidos/Servicios adicionales (para clientes con contrato)**

- Recogida a domicilio.
- Clasificación de envíos.
- Normalización de direcciones.

**Otras características**

- El destinatario o la persona autorizada podrá rehusar el envío postal en el momento de la entrega antes de abrirlo.

(continúa en la página siguiente)

**Glosario**

L = Largo; A = Ancho; A = Alto; D = Diámetro.

**Glosario****Estar en lista:**

Significa que el envío se encuentra en una Oficina de Correos en disposición de ser recogido por el usuario.

**Glosario****Medio de franqueo:**

Aquellos efectos o signos que acreditan el pago de los servicios postales a los operadores postales que presten servicios incluidos en el Servicio Postal Universal.

- Para exportar envíos que contengan mercancía y sean dirigidos fuera de la UE, deberá realizarse con el producto Carta Certificada Internacional al menos, o con cualquier otro producto registrado, ya que se tiene que informar telemáticamente al país de destino del contenido de la mercancía.

#### **Garantías**

En estos servicios no procede indemnización alguna al no ser un producto registrado.

#### **Carta Digital**

Carta Digital permite enviar cartas ordinarias y certificadas por medio del ordenador desde la Oficina Virtual de Correos. Correos se encarga de imprimirlas y entregarlas en sobre cerrado en el domicilio del destinatario, depositada en su buzón.

Las características de este servicio son las mismas que las de una carta admitida en un buzón de calle o en una oficina de Correos.

Este servicio se presta a través de la Oficina Virtual de Correos, en el momento de tramitar el envío el cliente debe elegir:

- Tipo de franqueo: ordinario o certificado (en caso de seleccionar certificado, el cliente podrá contratar la Prueba de entrega electrónica si lo desea).
- Formato del envío: color o blanco y negro.
- El texto lo puede redactar en el momento o adjuntar un PDF.
- El pago se realizará a través de los medios disponibles (PayPal, tarjeta bancaria o con cargo al contrato).

### **3.2.2. Carta certificada**

Una carta certificada es una carta con servicio de certificado. Un servicio de **envío certificado** es aquel que, previo pago de una cantidad predeterminada a tanto alzado, comporta una garantía fija contra los riesgos de pérdida, robo o deterioro, y 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.

#### **CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO**

##### **Ámbito de admisión**

Todo el territorio nacional, incluido Andorra.

*(continúa en la página siguiente)*

### **Ámbito de destino**

Nacional:

Todo el territorio nacional, incluido Andorra.

Internacional:

ZONA 1: Europa, incluida Groenlandia.

ZONA 2: Resto de países, excepto los de las zonas 1 y 3.

ZONA 3: Australia, Canadá, Estados Unidos, Japón, Nueva Zelanda y Rusia.

### **Plazo de entrega**

Nacional:

D + 3 en el 93% de los envíos, en todo el territorio.

D + 5 en el 99%.

Internacional:

Europa: 2-4 días.

Resto: según país.

### **Peso máximo**

2 kg.

### **Medidas**

Máximas:

Sobre/Caja:  $L+A+A = 90$  cm ( $L, A, A \leq 60$  cm).

Rollo/Tubo:  $L+2D = 104$  cm ( $L, D \leq 90$  cm).

Tarjeta Postal:  $23,5 \times 12$  cm.

Mínimas:

Sobre/Caja:  $14 \times 9$  cm.

Rollo/Tubo:  $L+2D = 17$  cm ( $L, D > 10$  cm).

Tarjeta Postal:  $14 \times 9$  cm.

Los envíos con dimensiones inferiores a las mínimas deberán llevar una etiqueta anexa de  $10 \times 7$  cm en la que figuren la dirección y el franqueo.

### **Entrega de los envíos**

Consta de un único intento de entrega: entrega bajo firma a domicilio salvo excepciones no achacables a Correos.

(continúa en la página siguiente)



La entrega se efectuará en el domicilio del destinatario, entendiéndose como domicilio el conjunto de datos geográficos que permitan identificar el lugar de entrega de los envíos. Estos envíos solo podrán entregarse al destinatario o a la persona autorizada.

Si el destinatario no estuviera en su domicilio, se le dejará un Aviso de Llegada para poder recoger la carta en su oficina postal de referencia, donde estará en lista durante 15 días.

### **Medios de franqueo**

Franqueo Pagado.

Metálico/sellos/tarjeta bancaria.

Franqueo a máquina.

Franqueo electrónico.

### **Valores añadidos/Servicios adicionales**

#### Nacional:

- Reembolso a domicilio, Apartado postal o Ingreso en cuenta.
- Valor declarado de la mercancía.
- Aviso de recibo.
- Prueba de entrega electrónica.
- Certificación de imposición o de entrega.
- Petición de devolución o modificación de dirección.
- Petición del remitente de reexpedición.
- Recogida a domicilio (para clientes con contrato).
- Clasificación de envíos (para clientes con contrato).
- Normalización de direcciones (para clientes con contrato).
- Retorno de información (para clientes con contrato).
- Segundo intento de entrega (para clientes con contrato).

#### Internacional:

- Reembolso (según país).
- Valor declarado de la mercancía (según país).
- Aviso de recibo (según país).
- Certificación de imposición.
- Recogida a domicilio (para clientes con contrato).
- Clasificación de envíos (para clientes con contrato).
- Normalización de direcciones (para clientes con contrato).

Si el exportador necesita realizar un DUA de Exportación, Correos le presta el servicio cualquiera que sea el destino.

(continúa en la página siguiente)

### Otras características

- Los envíos circulan con carácter registrado e identificados individualmente mediante una etiqueta con código de barras adherida en el anverso.
- El destinatario o la persona autorizada podrá rehusar el envío postal en el momento de la entrega antes de abrirlo.
- Si el destinatario de un objeto certificado no pudiera o no supiera firmar, lo hará en su lugar un testigo, debidamente identificado. En ningún caso podrá estampar su firma como testigo el empleado del operador postal que efectúe la entrega.
- Si el certificado nacional tuviese contratado un segundo o tercer intento de entrega, no se procederá a un segundo o tercer intento de entrega cuando el certificado sea rehusado o rechazado por el interesado o su representante, tenga una dirección incorrecta, destinatario desconocido, fallecido o causas de análoga naturaleza que hagan objetivamente improcedente el segundo o tercer intento de entrega.
- Para exportar envíos que contengan mercancía y sean dirigidos fuera de la UE, deberá realizarse con el producto Carta Certificada Internacional al menos, o con cualquier otro producto registrado, ya que se tiene que informar telemáticamente al país de destino del contenido de la mercancía.

### Garantías

Estos servicios recogen la posibilidad de pedir una indemnización si se produce alguna de las siguientes incidencias: Retraso/Demora, Extravío/Robo o Deterioro.

### 3.2.3. Notificaciones

Las notificaciones son envíos certificados procedentes de organismos públicos (con entrega bajo firma) que incluyen prueba de entrega física o electrónica y **dos intentos de entrega** a domicilio, según requerimiento legal.

La contratación de este producto incluye los siguientes servicios:

- Aviso de recibo o prueba de entrega electrónica.
- Gestión de entrega de notificaciones (segundo intento de entrega si el primero resulta fallido).

Existen dos tipos de notificaciones:

- Administrativas: se acogen a la Ley 39/2015 PACAP.
- Judiciales: se acogen al Reglamento Postal y LOPJ (1985).

Las dos cuentan con dos intentos de entrega. La gestión de entrega queda de la siguiente manera:



- a) En las notificaciones administrativas, el segundo intento de entrega se hará en fecha distinta al primero y en distintos turnos, por lo que generalmente el segundo intento se gestionará en el turno de tarde.
- b) En las notificaciones judiciales, el segundo intento de entrega se hará en fecha distinta al primero, pero podrá mantenerse en el mismo turno.

Las notificaciones deberán practicarse en la forma prevista en el RD 1829/1999, por el que se aprueba el Reglamento Postal, que está en vigor en todo lo que no se oponga a la citada Ley 39/2015.

Puede consultarse *in extenso* la Ley 39/2015 en el enlace siguiente: <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2015-10565>.

## CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO

### Ámbito de admisión

Todo el territorio nacional (no incluye Andorra).

### Ámbito de destino

Nacional (no incluye Andorra).

### Plazo de entrega

Nacional:

D+3 (93% de los envíos).

En casos de envíos masivos, los compromisos de plazos se fijarán de acuerdo con el cliente.

### Peso máximo

2 kg.

### Medidas

#### Máximas:

Sobre:  $L+A+A = 90$  cm ( $L, A, A \leq 60$  cm).

#### Mínimas:

Sobre:  $14 \times 9$  cm.

### Entrega de los envíos

La característica fundamental que identifica a los envíos como certificados, respecto a la entrega, consiste en que esta siempre se realiza bajo firma del destinatario o

(continúa en la página siguiente)

persona autorizada, ya tenga lugar en el domicilio del destinatario o en oficina de Correos.

Por regla general, en caso de no ser posible la entrega (después del segundo intento), el envío permanecerá en lista siete días, salvo que el cliente indique otro plazo.

No procederá un segundo intento de entrega cuando la notificación sea rehusada o rechazada por el interesado o su representante, tenga una dirección incorrecta, destinatario desconocido, fallecido o causas de análoga naturaleza que haga objetivamente improcedente el segundo intento de entrega. El empleado de Correos siempre deberá hacer constar su firma y número de identificación en el aviso de recibo o PEE que, en su caso, acompañe a la notificación, y en el aviso de llegada, si el mismo procede. Todas las notificaciones disponen gratuitamente de control y seguimiento sobre la entrega en la web de Correos.

### **Medios de franqueo**

Franqueo Pagado.

Metálico/sellos/tarjeta bancaria.

Franqueo a máquina.

### **Valores añadidos/Servicios adicionales (solo para clientes con contrato)**

- Tercer intento de entrega.
- Retorno de información.
- Recogida a domicilio.
- Clasificación de envíos.
- Digitalización de envíos.
- Normalización de direcciones.

### **Otras características**

En el anverso del envío debe figurar la palabra «Notificación» o una etiqueta que identifique el producto y, debajo de ella, en caracteres de menor tamaño, el acto a que se refiera (citación, requerimiento, resolución) y la indicación «Expediente núm. ...» o cualquier otra expresión que identifique el acto a notificar. Cada envío irá identificado con un código de barras.

### **Garantías**

Las garantías se establecen por acuerdo con el cliente para envíos masivos. Para no masivos, es la garantía de una carta certificada por pérdida.

No obstante, este tipo de servicio tiene además unas penalizaciones por incumplimiento del proceso notificador.

## Glosario

### **Público objetivo:**

También conocido por su denominación inglesa de *target group* o *target*.

Concepto usado con frecuencia en el marketing. Se trata del grupo de personas o empresas al que está dirigida una marca, producto o campaña. Son aquellos que, por sus características, están más inclinados a adquirir un producto o un servicio o a llegar a un acuerdo comercial.

## 3.2.4. Servicios de marketing directo

Los productos de marketing directo cuentan con diferentes tipologías en función del tamaño del envío, las especificaciones y el lugar de entrega.

### **A) Publibuzón**

- Envío de publicidad sin personalizar que llega a todos los buzones.
- Si el cliente no necesita base de datos, porque sabe en qué zona geográfica se encuentra su público objetivo, este servicio se utiliza para enviar, mediante buzoneo, la publicidad de ofertas, promociones, catálogos...
- Se requiere un mínimo de 100 envíos por remesa.
- Publibuzón permite realizar, en todo el territorio nacional, acciones publicitarias o promocionales para captar clientes —directamente por buzoneo— mediante comunicaciones en las que no figura ningún dato sobre la identidad del destinatario.
- Se pueden seleccionar los barrios y las zonas geográficas en función de la zona de influencia de los puntos de venta del cliente o del **público objetivo** al que este se quiera dirigir.

### CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO

#### **Ámbito**

España y Andorra.

#### **Plazo de entrega**

Entre 2 y 6 días hábiles (4 días hábiles en el 90% de los envíos).

#### **Peso**

Peso máximo unitario por envío: **100 g**.

#### **Medidas**

Debido a que la entrega de estos envíos solo se puede realizar en el buzón del destinatario, las medidas de estos envíos deben permitir su depósito en el buzón mediante una manipulación sencilla que como mucho obligará al cartero a doblar el envío por la mitad.

- Medidas máximas: 23×33×2 cm.
- Mínimas: 9×14 cm.

#### **Otras características**

Dimensiones y formato de los envíos normalizados al primer tramo de tarifas, es decir, **peso:** 20 g, **formato:** sobre o tarjeta, **medidas** comprendidas entre las mínimas de 14×9 y las máximas de 23,5×12 cm y un espesor máximo de 5 mm.

(continúa en la página siguiente)

**Acondicionamiento**

1. Deberán ir al descubierto o en sobre cerrado con la indicación «Para inspección postal abrir aquí».
2. Los embalajes de plástico deberán ser autorizados por los Servicios Comerciales de Correos.
3. Se debe enviar la publicidad agrupada en **paquetes de 25, 50 o 100** ejemplares, acompañados de una relación por triplicado en la que constará:
  - Peso de cada impreso (hasta un máximo unitario de 100 g).
  - Lugar de distribución (normalmente el listado de códigos postales).
  - Número de ejemplares (por cada destino).

**Servicios adicionales/Valores añadidos (solo para clientes con contrato)**

- Recogida a domicilio (se debe consultar disponibilidad según origen y horario).
- Selección de sectores de distribución (se deberá consultar previamente con Operaciones para su aprobación).
- Destrucción de envíos devueltos.
- Análisis de geomarketing.

**B) Publicorreo Óptimo**

- Envíos postales para promocionar bienes y servicios.
- Podrán incluir, además, objetos o mercancías promocionales siempre que ello no impida su tratamiento automatizado y su posterior entrega en el buzón domiciliario.
- Este servicio se presta a clientes con y sin contrato.
- Estos envíos han de reunir los siguientes requisitos:
  - Estar formados por comunicaciones publicitarias o promocionales, muestras, catálogos, estudios de mercado o publicidad.
  - Que contengan un mensaje similar, aunque el nombre, dirección y cualquier número o código de identificación que se asigne a sus destinatarios sean distintos en cada caso.
  - Que se remitan a un mínimo de 100 destinatarios por remesa; para llegar a este mínimo se puede contabilizar junto a envíos de Publicorreo Internacional.
  - Las señas podrán figurar en el objeto mismo o en su envoltura porque son envíos con dirección.
  - El personal autorizado de Correos, en especial en el proceso de admisión, podrá comprobar que los envíos cumplen con las características propias del producto contratado.
  - Debe indicarse que se trata de un envío de Publicorreo Óptimo en el anverso del envío (cara donde va la dirección del destinatario).



## CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO

### Ámbito de admisión

Todo el territorio nacional, incluido Andorra.

### Ámbito de destino

Nacional:

Zona A: Envíos con destino local, capitales de provincia, localidades con administraciones de Correos y poblaciones de más de 50.000 habitantes especificados por Correos.

Zona B: Resto de destinos.

### Plazo de entrega

Nacional:

Entrega en 4 días hábiles, entrega en todo el territorio nacional (en el 90% de los envíos).

### Peso máximo

800 g.

### Medidas

Para que estos envíos puedan ser tratados automáticamente y totalmente entregables en el buzón, deben adaptarse a las siguientes medidas:

- Máximas: Formato sobre: 23×33×2 cm.
- Mínimas: Formato sobre: 9×14 cm.

No se aceptarán, para este producto, los envíos con dimensiones inferiores a las mínimas aunque lleven adherida la etiqueta de 10×7 cm admitida en otros productos, ya que no podría automatizarse su clasificación.

### Entrega de los envíos

Consta de un único intento de entrega.

Entrega en casillero domiciliario.

### Medios de franqueo

Franqueo pagado.

Metálico/sellos/tarjeta bancaria.

Franqueo a máquina.

(continúa en la página siguiente)

**Valores añadidos/Servicios adicionales (solo para clientes con contrato)**

- Información de devoluciones.
- Destrucción de envíos devueltos.
- Seguimiento de campañas.
- Recogida a domicilio.
- Clasificación de envíos.
- Normalización de direcciones.

**Garantías**

En estos servicios no procede indemnización alguna al no ser un producto registrado.

El Publicorreo Internacional es un producto que se asimila en cuanto a características con el Publicorreo Óptimo con la diferencia del ámbito y algunas características específicas del mismo.

**C) Publicorreo Premium**

- Envíos de **mailing** personalizado que cumplan dos requisitos:
  - Destinados a la promoción y venta de bienes y servicios que, por las características especiales del mensaje que contengan, necesiten tener mayor flexibilidad en su formato y peso.
  - Por su formato o color no pueden ser depositados en el buzón del destinatario o tratados y clasificados automáticamente por Correos.
- **Publicorreo Premium** está especialmente indicado para enviar muestras y objetos promocionales. Los envíos deben reunir los siguientes requisitos:
  - Estar formados por comunicaciones publicitarias o promocionales, muestras, catálogos, estudios de mercado o publicidad.
  - Que contengan un mensaje similar, aunque el nombre, dirección y cualquier número o código de identificación que se asigne a sus destinatarios sean distintos en cada caso.
  - Que se remitan a un mínimo de 100 destinatarios por remesa, para llegar a este mínimo se puede contabilizar junto con los envíos de Publicorreo Internacional.
  - Son envíos con dirección. Las señas podrán figurar en el objeto mismo o en su envoltura.
  - El personal autorizado de Correos, en especial en el proceso de admisión, podrá comprobar que los envíos cumplen con las características propias del producto contratado.
  - En el anverso del envío (cara donde va la dirección del destinatario), en el casillero de «Franqueo Pagado» debe aparecer la inscripción «Publicorreo Premium».

**Glosario**

**Mailin**: El *mailing* es un formato publicitario empleado para promocionar los productos y servicios de una marca o negocio a través del correo electrónico. Por extensión, se usa también como sinónimo de correo en cualquiera de sus soportes.

## CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO

### Ámbito de admisión

Todo el territorio nacional, incluido Andorra.

### Ámbito de destino

Nacional:

Zona A: Envíos con destino local, capitales de provincia, localidades con administraciones de Correos y poblaciones de más de 50.000 habitantes especificados por Correos.

Zona B: Resto de destinos.

### Plazo de entrega

Nacional:

Entrega en 4 días hábiles, entrega en todo el territorio nacional (en el 90% de los envíos).

### Peso máximo

2 kg.

### Medidas

#### Máximas:

- Formato caja/sobre:  $L+A+A = 90$  cm sin que la medida mayor exceda de 60 cm.
- Formato Rollo:  $L+2D = 104$  cm sin que la medida mayor exceda de 90 cm.

#### Mínimas:

- Formato caja/sobre:  $9 \times 14$  cm.
- Formato Rollo:  $L+2D = 17$  cm. La medida mayor no será inferior a 10 cm.

Los envíos con dimensiones inferiores deberán llevar adherida una etiqueta de  $10 \times 7$  cm, en la que figure la dirección y el franqueo.

### Entrega de los envíos

Se llevarán al domicilio todos los envíos de Publicorreo Premium de hasta 2 kg. Si es posible, la entrega de estos envíos se realizará mediante depósito en el casillero domiciliario.

- Si no fuese posible, el personal de reparto intentará la entrega en el domicilio del destinatario.
- Si de esta forma tampoco es posible la entrega, se dejará aviso para que dicho envío sea recogido en Lista.

(continúa en la página siguiente)

### Medios de franqueo

Franqueo pagado.

Metálico/sellos/tarjeta bancaria.

Franqueo a máquina.

### Valores añadidos/Servicios adicionales (solo para clientes con contrato)

- Información de devoluciones.
- Destrucción de envíos devueltos.
- Seguimiento de campañas.
- Recogida a domicilio.
- Clasificación de envíos.
- Normalización de direcciones.

### Garantías

Este servicio no tiene asociada ninguna garantía al ser un envío ordinario.

## Glosario

### Geoposicionamiento:

Ubicación de una persona o una cosa sobre la superficie terrestre, generalmente especificando la latitud y longitud de la misma.

## D) Publicorreo Plus

Es una solución paquetizada integral que permite optimizar las campañas de marketing directo con un presupuesto ajustado.

### • Opción 1: Paquete Captación Hogares (B2C)

Incluye: **geoposicionamiento** de consumidores, detección de clientes potenciales a través de herramientas de **geomarketing**, distribución de los envíos mediante un Publicorreo Óptimo y seguimiento de la campaña.

### • Opción 2: Paquete Captación Negocios (B2B)

Incluye: selección de empresas mediante variables de decisión, registros de dichas empresas con sus direcciones para poder realizar las comunicaciones, distribución de los envíos mediante un Publicorreo Óptimo, seguimiento de las campañas y de las devoluciones.

### • Opción 3: Paquete Fidelización Multisoporte

Incluye: normalización de las direcciones del cliente, cualificación de los contactos, distribución de los envíos mediante un Publicorreo Óptimo e información de las devoluciones. También permite contratar los servicios de *emailing* y SMS.

## Glosario

### Geomarketing:

Localización exacta de los clientes, ubicándolos sobre un mapa digital o impreso a través de símbolos y colores personalizados.



## Glosario

**Días hábiles:** Los días hábiles son, actualmente y con la reforma de la Ley 39/2015, desde el lunes hasta el viernes. Por tanto, se excluyen los sábados, domingos y festivos (inhábiles).

## Glosario

### Variables

#### socioeconómicas:

Indican un estado o situación del consumidor, como el nivel de ingresos, la ocupación y el nivel de estudios. Constituyen criterios objetivos para clasificar o dividir mercados. Suelen combinarse para determinar la clase social. Sirven también para explicar el comportamiento del consumidor.

## Glosario

### Ratio de conversión:

Es el porcentaje de usuarios que llevan a cabo una determinada acción, como la adquisición de un producto o servicio a raíz de una acción de marketing.

## CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO

### Ámbito

Nacional.

### Plazos de entrega de los registros

Correos facilitará el fichero con los registros entre 2 y 5 días tras la firma de la documentación.

### Plazos de entrega de los envíos

Entre 2 y 4 **días hábiles** (en el 90% de los casos).

### Peso máximo

Máximo por envío: 100 g.

### Medidas máximas

23×33×2 cm.

### Valores añadidos/Servicios adicionales

Destrucción de envíos.

### Características del servicio:

- Campañas multisoprote que hagan más efectivas las comunicaciones, al facilitar las plataformas, para que el mensaje llegue también por *e-mail* y SMS a los clientes finales.
- Geoposicionamiento de la base de datos del cliente final de Correos, sean empresas o consumidores, en función de múltiples variables demográficas y **variables socioeconómicas**.
- Identificación de oportunidades clave al disponer de un gran volumen de variables de decisión y de las mejores bases de datos nacionales para contactar con empresas y con autónomos.
- Máxima garantía de entrega, dado que Correos dispone de la información de contacto semidireccionada de todos los hogares del país.
- Mejora el contacto con los clientes finales ya que Correos registra las devoluciones de la campaña permitiendo tener actualizada la base de datos del cliente.
- Rentabilidad para las campañas al conocer previamente los costes.

### E) Correos Add

Gracias a los más de 20.000 empleados que todos los días recorren su zona de reparto, Correos Add ofrece a los clientes la actualización de su información a medida que realizan sus campañas.

El objetivo de Correos Add es perfeccionar las bases de datos de nuestros clientes.

Para cualquier estrategia de comunicación, es imprescindible disponer de información de calidad. Garantizar la fiabilidad y calidad de los datos nos permite aumentar la efectividad y el retorno de la inversión con un mayor **ratio de conversión**.

La contratación de estos servicios puede ir asociada al resto de los productos de Correos Directo: Correos *Target*, Correos Data o los productos de Publicorreo o Publibuzón.

Correos Add en sí mismo no es un servicio, sino varios: normalización de direcciones y enriquecimiento.

### Normalización de direcciones

El servicio de normalización de direcciones consiste en depurar las bases de datos para detectar duplicados, direcciones incorrectas y homogeneizar los campos que componen una dirección (tipo, nombre o número de vía, código postal, población, etc.).

Este servicio puede ser un proceso manual o automatizado:

- **Tratamientos automatizados** del fichero del cliente que normalizan y **deduplican** direcciones con el fin de minimizar el fallo en el envío.

La **normalización** automática de registros nos permite **estandarizar**:

- Denominaciones del domicilio: homogeneizar poblaciones o vías y añadir información geográfica de tipo estadístico para facilitar los procesos de identificación de duplicados.
- Nombres: permite tratar, separar, asignar género y mejorar nombres y apellidos.
- Empresas: permite normalizar y estandarizar las denominaciones sociales de empresas y sus NIF.

La **deduplicación** consiste en detectar duplicidades en una base de datos mediante procesos de agrupación.

- **Tratamientos manuales** del fichero del cliente cuando los procesos automatizados no han permitido mejorar la calidad de los datos.

### Enriquecimiento informatizado de direcciones

Incorporará cada registro del fichero propiedad del cliente, los códigos INE y la coordenada de la dirección. Esto permitirá un correcto geoposicionamiento del registro para el envío.

- **Características**

Este producto va dirigido tanto a particulares como a empresas que pretenden conocer de una forma más precisa a su público objetivo y así poder tomar decisiones de una forma más adecuada. Con este producto, los clientes podrán realizar campañas apropiadas a sus necesidades, maximizar el retorno de su inversión y reducir su riesgo empresarial al lanzar campañas concretas y adecuadas.

Este producto va dirigido a:

## Glosario

### Deduplicación:

Metodología o técnica que intenta evitar la información duplicada. Esta acción permite identificar y eliminar datos redundantes aunque estén registrados de forma diferente o contengan errores de grabación, errores ortográficos y confusiones fonéticas.

## Glosario

**Estandarizar:** Aplicar un patrón o tipo común (del inglés, *standard*).



## Glosario

### Micromarketing:

Personalización de las acciones de venta por el conocimiento profundo de los intereses y hábitos del consumidor individual.

- Grandes anunciantes
  - Realizan grandes campañas a nivel nacional.
  - Hacen inversiones importantes en medios convencionales.
  - Buscan complementarlas con otras acciones de publicidad para potenciar resultados.
- Pequeños anunciantes
  - Hacen campañas a nivel local.
  - Sus inversiones son pequeñas y de **micromarketing**.
  - No suelen usar medios convencionales.

### • Plazos de entrega de la base de datos (BB. DD.) tratada

El servicio se iniciará tras la firma del contrato y se finalizará con la entrega de las bases de datos con los registros normalizados, enriquecidos o capturados.

La información se entregará en un plazo máximo de 5 días conforme a la complejidad de la base de datos:

- Baja: 2 días laborables.
- Media: 3 días laborables.
- Alta: 5 días laborables.

## Glosario

### Retorno de la

**inversión:** También denominada ROI por sus siglas en inglés (*Return On Investment*) Es un instrumento empresarial que permite calcular el retorno esperado de una acción empresarial; por ejemplo, de marketing.

### F) Correos Data

El éxito de una buena comunicación no reside solo en disponer de un buen mensaje y contenido o de un diseño muy elaborado, sino en hacer llegar este mensaje a los consumidores adecuados, para lo que se requiere una información precisa. La calidad de las bases de datos determina el éxito de una comunicación y un incremento del **retorno de la inversión**.

Junto con Correos *Target*, **Correos Data** permite aplicar las técnicas adecuadas para seleccionar el público objetivo más preciso. Ofrece los productos y servicios más adecuados para optimizar las campañas de captación de clientes potenciales y mejorar la eficacia de las comunicaciones comerciales.

Este producto va dirigido a:

- Grandes anunciantes:
  - Realizan grandes campañas a nivel nacional.
  - Hacen inversiones importantes en medios convencionales.
  - Buscan complementarlo con otras acciones de publicidad para potenciar resultados.
- Pequeños anunciantes:
  - Hacen campañas a nivel local.
  - Sus inversiones son pequeñas y de micromarketing.
  - No suelen usar medios convencionales.

## Bases de datos de empresas

**Correos Data** ofrece la posibilidad de disponer de bases de datos de empresas y profesionales o de la ubicación de los consumidores en función del perfil al que deseen dirigirse los clientes.

El éxito de una base de datos reside en los siguientes principios:

- Disponer de variables de contacto y localización.
- Actualización y enriquecimiento constantes.
- Variables de segmentación que permitan discriminar registros hasta alcanzar el objetivo.
- Variables y atributos que permitan construir indicadores o variables calculadas que generen conocimiento.

### 1. Bases de datos *Business to Business* (B2B)

Identifica a las empresas y profesionales. Ofrece los datos de contacto. Además, dispone de variables de segmentación e indicadores propios que facilitan la selección de aquellos negocios que mejor representan al público objetivo al que el cliente quiere dirigirse. Para realizar una comunicación a empresas o profesionales, debemos realizar labores previas de análisis y segmentación que seleccionen los contactos a los que se quiere comunicar. La aplicación de técnicas de **marketing analítico** reduce costes porque acota el volumen de envíos e incrementa la eficiencia al dirigirnos al **target** adecuado.

### 2. Bases de datos *Business to Consumer* (B2C)

Permiten conocer el comportamiento y estructura de los hogares españoles con el fin de conseguir seleccionar el perfil de los consumidores finales más adecuados a los que se quiere comunicar de forma no personalizada, pero con máxima garantía de resultados. El éxito de una comunicación a consumidores finales reside en llegar a aquellos que puedan estar realmente interesados, con un mensaje que transmita personalización y que consiga enganchar al consumidor con estrategias promocionales.

**Correos Data** proporciona también la base de datos de Códigos Postales que ha sido mejorada y a la que se incorporan dos bases de datos con valores añadidos.

## Bases de datos de Códigos Postales

Correos Data ofrece la base de datos de Códigos Postales (con actualización o sin ella), base de datos de Códigos Postales Plus y Capa Cartográfica (con o sin actualización trimestral), bases de datos enriquecidas con el objetivo de ser el referente de información postal con todos los códigos postales, municipios, entidades colectivas, entidades singulares, núcleos y lugares diseminados de España con información agregada del tipo:

- **Código INE de vía largo.**
- Información sociodemográfica.
- Información económica.
- Información catastral.
- Posición espacial.

## Glosario

### Marketing analítico:

Consiste en el análisis del estado de la empresa, el estudio de la competencia, qué costes ha asumido la empresa y el estudio de acciones pasadas y futuras. El marketing analítico ofrece datos relevantes a las empresas para tomar mejores decisiones en el futuro.

## Glosario

**Target:** O *target group*, público objetivo.

## Glosario

### Código INE de vía

**largo:** El código de municipio se compone de cinco dígitos; los dos primeros corresponden a la provincia y los tres restantes al municipio dentro de esta. Asimismo, se publica un sexto dígito de control que, asignado mediante una regla de cálculo, permite la detección de errores de grabación y codificación.

La base de datos se actualiza mensualmente para los clientes que hayan contratado actualización.

Los derechos de licencia de uso de la base de datos de Códigos Postales que adquiere el cliente no pueden ser cedidos, sublicenciados ni transferidos a otra empresa o persona. Esta base de datos tampoco puede ser utilizada en internet cuando la aplicación en la que esté integrada sea un buscador de códigos postales igual o similar al que Correos tiene en su página web.

El periodo de contratación tiene una duración inicial de un año; cuando finalice, podrá seguir renovándose por periodos también anuales.

Se han desarrollado tres productos diferenciados:

### 1. Base de datos de Códigos Postales Básica

Información de todos los códigos postales, entidades singulares, colectivas, núcleos y diseminados.

### 2. Base de datos de Códigos Postales Plus

Posee una arquitectura más orientada a estrategias de marketing que ofrece la máxima comodidad e información a los clientes de Correos. Incluye nuevos indicadores que aportan valor añadido a los datos actuales y un mayor número de localidades.

Tanto la base de datos de Códigos Postales Básica como la Plus ofrecen la posibilidad de contratar actualizaciones trimestrales.

### 3. Capa Cartográfica de Códigos Postales

La Capa Cartográfica es una representación geográfica de todos los códigos postales de España. Permite delimitar todos los códigos postales para ubicar las localidades según la clasificación del **INE**. Permite un conocimiento único del territorio, porque estandariza y delinea las áreas poligonales, accidentes geográficos y vías de comunicación; además, se actualiza diariamente.

La Capa Cartográfica puede implementarse en cualquier herramienta de geomarketing. Por ello, resulta muy útil para georreferenciar y realizar análisis espaciales basados en códigos postales.

### Plazos de entrega de las bases de datos

Para los productos Bases de datos (B2B) y Bases de datos (B2C), el servicio se iniciará tras la firma del contrato y finalizará con la entrega de las conclusiones del análisis.

El tiempo estimado de las conclusiones dependerá de la complejidad del análisis y de la selección de registros. Orientativamente, se establecerán los siguientes tiempos de respuesta según la complejidad:

- Baja: 2 días laborables.
- Media: 4 días laborables.
- Alta: 7 días laborables.

## Glosario

**INE:** El Instituto Nacional de Estadística (INE) es el organismo oficial español encargado de recopilar las estadísticas sociales y económicas, así como planificar, ejecutar y analizar el censo de población.

Para los productos de bases de datos de Códigos Postales, el periodo de contratación tiene una duración inicial de un año. Transcurrido este tiempo, podrá seguir renovándose por periodos también anuales.

### G) Correos Target

Este servicio de Correos está orientado a las empresas que quieren seleccionar el *target* más adecuado para su marca a través de técnicas analíticas y de segmentación con el objetivo de mejorar el lanzamiento de sus campañas de comunicación y maximizar su rendimiento.

Para ello, Correos *Target* identifica las zonas óptimas o los receptores *target*, personaliza las comunicaciones a los clientes potenciales y optimiza las campañas para mejorar la relación del cliente con el público.

Correos *Target* trata la información mediante análisis de variables que seleccionan los registros que mejor representan al público objetivo del cliente, sean consumidores o empresas. A través de estas técnicas de segmentación se mejoran los ratios de **fidelización**, se incrementan las ventas y se captan nuevos usuarios al negocio.

El servicio utiliza el geomarketing para localizar, con exactitud sobre un mapa, a clientes, sucursales o a la competencia. De este modo, permite identificar los puntos de venta más estratégicos y diseñar rutas de marketing más rentables. El geomarketing permite un mayor conocimiento del mercado, focalizar esfuerzos en determinados segmentos y determinar el área de influencia de la marca.

Correos *Target* analiza la calidad de los datos y de la información de la que dispone el cliente con el objetivo de eliminar las carencias en su negocio y de orientar sus decisiones para maximizar su rendimiento. De este modo, el cliente puede aumentar la precisión de sus campañas de marketing, fidelizar a sus clientes actuales e identificar a su público objetivo y al mercado potencial existente en una zona determinada.

## 3.2.5. Respuestas comerciales

### A) Franqueo en destino y CCRI

- Este servicio permite recibir una respuesta de los clientes sin coste alguno para ellos cuando envíen: pedidos, respuestas a encuestas o a formularios de calidad, información para la creación de datos, solicitudes de promociones o devolución de la documentación cumplimentada.
- Las respuestas tendrán categoría de cartas, para garantizar la calidad en la entrega; los clientes las pueden depositar en cualquier buzón de Correos.
- La recepción de las respuestas se centraliza en un apartado de Correos de la oficina elegida por el contratante.

## Glosario

### Fidelización:

La fidelización del cliente es un proceso que consiste en desarrollar una relación positiva entre los consumidores y la empresa, para que aquellos regresen a comprar sus productos o servicios. Un cliente es leal a partir de un conjunto de interacciones satisfactorias con la empresa.

## Glosario

**CCRI:** Apartado postal específico para la recepción centralizada de respuestas comerciales internacionales franqueadas en destino.

## CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO

### Ámbito de aplicación

Nacional e Internacional.

### Medidas

Para Franqueo en destino (FD) y CCRI

#### Máximas:

- Sobre/Caja:  $L + A + A = 90$  cm ( $L, A, A \leq 60$  cm).
- Rollo/Tubo:  $L + 2D = 104$  cm ( $L, D \leq 90$  cm).
- Tarjeta Postal:  $23,5 \times 12$  cm.

#### Mínimas:

- Sobre/Caja:  $14 \times 9$  cm.
- Rollo/Tubo:  $L + 2D = 17$  cm ( $L, D > 10$  cm).
- Tarjeta Postal:  $14 \times 9$  cm.

### Peso

Franqueo en destino (FD): hasta 2 kg.

CCRI: hasta 250 g.

### Características específicas de la imagen franqueo en destino en los envíos

El diseño del sobre o tarjeta «Franqueo en destino» para el ámbito nacional presenta las siguientes características:


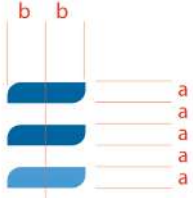
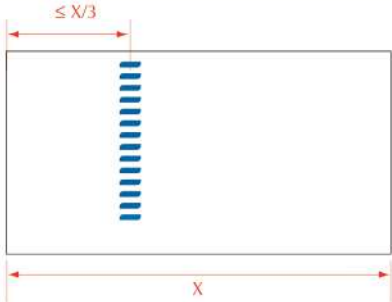


- La inclusión de la identificación de Correos como proveedor del servicio que, necesariamente, llevará estos cuatro elementos: la palabra «España», la cornamusa, la indicación «Franqueo en destino» y las siglas F. D.
- Las medidas de referencia para estas indicaciones en cajetín serán de  $52 \times 22$  mm o  $19,8 \times 22$  mm.

El anverso de los sobres o tarjetas postales utilizables en el servicio Franqueo en destino debe ajustarse a uno de los siguientes modelos de referencia:

1. Barra vertical de color azul (Pantone 541 C) o negro.
2. Espacio reservado para la indexación: 15 mm en el borde inferior.
3. Posibilidad de utilización de color gris/negro en toda la grafía preimpresa.
4. Se puede insertar en el ángulo superior izquierdo «Respuesta comercial»
5. Se puede incorporar imagen y publicidad del cliente en el margen izquierdo del anverso del sobre.

#### En el BLOQUE DIRECCIÓN figurará la siguiente información:

Entidad (titular del apartado F. D.), Código de Red de Oficina, N.º de apartado F. D., Código postal, Localidad, Provincia.

BANDAS	
	<p><b>Módulo elemental:</b></p> <p>Banda horizontal azul que se repite verticalmente conformando la gráfica específica de Franqueo en Destino.</p> <p><b>Color:</b> Pantone 541 C.</p> <p><b>Dimensiones:</b> 11 x 3 mm. (tolerancia 20%)</p>
	<p><b>Repetición:</b></p> <p>Vertical desde la zona superior hasta 15 mm. antes del borde inferior, manteniendo una separación entre bandas igual a su altura.</p>
	<p><b>Ubicación:</b></p> <p>Punto medio de la banda estará situado a no más de 1/3 de la longitud horizontal del sobre.</p>
CAJETÍN POSTAL FD	
	<p><b>Dimensiones:</b> 52 x 22 mm.</p> <p><b>Ubicación:</b></p> <p>Dentro de la zona de franqueo situada en la esquina superior derecha, dentro de un rectángulo de 40 x 74 mm.</p>
ZONA PUBLICITARIA DE LIBRE USO	
	<p><b>Dimensiones máximas:</b></p> <p><i>Verticalmente</i>, a partir de 15 mm. desde el borde inferior (zona de exclusión) podrá terminar a sangre en el borde superior.</p> <p><i>Horizontalmente</i>, partiendo de un espacio libre no inferior a 3 mm. (igual a la altura del módulo de repetición) que la separe de las bandas horizontales podrá terminar también a sangre en el borde izquierdo.</p>

Especificaciones para respuestas comerciales.



### 3.2.6. Libros

Servicio disponible para empresas del sector editorial que necesitan distribuir libros por correo a domicilio y al mejor precio, con total fiabilidad. No se requieren cantidades mínimas de ejemplares por remesa.

Debe tratarse de una publicación encuadernada o en fascículos enviada por empresas editoriales, distribuidoras o centros de enseñanza por correspondencia autorizados, siempre que no contengan otra publicidad que la que figure en sus cubiertas.

También incluye el material fonográfico y videográfico.

#### CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO

##### Ámbito de admisión

Todo el territorio nacional, incluido Andorra.

##### Ámbito de destino

Nacional:

Zona A: Envíos con destino local, capitales de provincia, localidades con administraciones de Correos y poblaciones de más de 50.000 habitantes especificados por Correos.

Zona B: Resto de destinos.

Internacional:

ZONA 1: Europa, incluida Groenlandia.

ZONA 2: Resto de países, excepto los de las zonas 1 y 3.

ZONA 3: Australia, Canadá, Estados Unidos, Japón, Nueva Zelanda y Rusia.

##### Plazo de entrega

Nacional:

Entre 2 y 6 días hábiles (en 6 días hábiles el 95% de los envíos).

Internacional:

Europa: de 6 a 8 días hábiles.

Resto: según país.

##### Peso máximo

2 kg.

(continúa en la página siguiente)

**Medidas**Máximas:

Sobre/Caja:  $L+A+A = 90$  cm ( $L, A, A \leq 60$  cm).

Mínimas:

Sobre/Caja:  $14 \times 9$  cm.

Los envíos con dimensiones inferiores a las mínimas deberán llevar una etiqueta anexa de  $10 \times 7$  cm en la que figuren la dirección y el franqueo.

**Entrega de los envíos**

Consta de un único intento de entrega.

Los envíos de hasta 500 g se dejan en el buzón o casillero del domicilio del destinatario, si sus características lo permiten.

Para los envíos de más de 500 g, se deja un aviso al destinatario para que pueda recoger el envío en la oficina de Correos que corresponda a su domicilio. A petición del destinatario, estos envíos podrán entregarse a domicilio, abonando el importe correspondiente al servicio adicional «Entrega a domicilio de envíos».

**Medios de franqueo**

Franqueo pagado.

Metálico/sellos/tarjeta bancaria.

Franqueo a máquina.

**Valores añadidos/Servicios adicionales (solo para clientes con contrato)**

- Recogida a domicilio.
- Clasificación de envíos.
- Normalización de direcciones.

**Otras características**

- Deberán llevar un **código OR** en el envío. El código OR deberá situarse en lugar visible del anverso del envío y entre el código y cualquier otro elemento (como dirección del destinatario o remitente, franqueo) deberá haber como mínimo 10 mm de distancia. Asimismo, no deberán incluirse dos códigos encaminadores (código OR) en un mismo envío.

Es muy importante que, en el caso de que se genere una etiqueta independiente con el código OR, el código postal embebido en la etiqueta OR debe ser el mismo que el que figura en la dirección del envío. Al tratarse de un código de encaminamiento, el sistema de clasificación obedecerá al código postal de la etiqueta, independientemente del código postal que figure en la dirección del envío.

Ver Anexo: OR - Código de encaminamiento.

(continúa en la página siguiente)

**Glosario****Código OR:**

Código de barras que permite la clasificación automática de los envíos ordinarios de libros y similares.

- En todo caso, los envíos se presentarán debidamente acondicionados, es decir, con el embalaje adecuado que garantice la integridad del contenido, ajustándose a las dimensiones máximas y mínimas y a la normativa establecida por Correos; identificados en el anverso con el cajetín correspondiente al sistema de franqueo utilizado, ya sea máquinas de franquear o franqueo pagado.
- El embalaje debe permitir la verificación del contenido. Cuando se trate de envíos cerrados, llevarán la indicación: «Para inspección postal abrir aquí» en una de sus solapas. Se admiten embalajes de plástico siempre que en el reverso lleven una franja opaca o blanca que permita la impresión indeleble, tanto mecánica como manuscrita.
- No es necesaria una autorización para usar este servicio; no obstante, para acogerse a la tarifa de libros, el remitente del envío ha de ser una empresa editorial, distribuidora, academia, etc., relacionada con este sector.

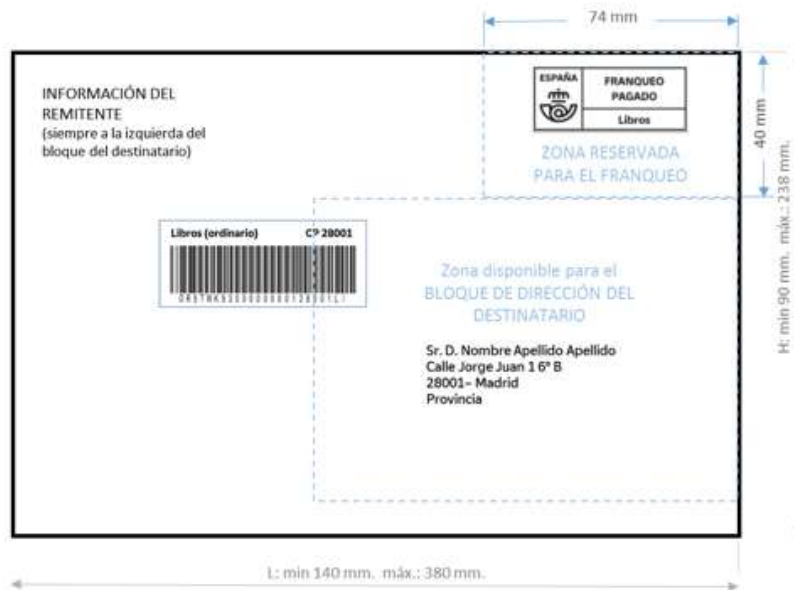
#### **Garantías**

En estos servicios no procede indemnización alguna al no ser un producto registrado.



## OR - Código de encaminamiento

### 1.- Situación del código OR en el envío con una etiqueta de código



Situación del código OR en el envío de libros.

## 2.- Situación del código OR embebido en la etiqueta de la dirección



Situación del código OR en el envío de libros.





## Glosario

### Epígrafes de actividades

#### (económicas):

Clasificación adoptada por el INE para favorecer la implementación de estadísticas nacionales que puedan ser diferenciadas de acuerdo con las actividades establecidas y para clasificar unidades estadísticas y entidades según la actividad económica ejercida. Esta clasificación se utiliza por la Administración a fin de identificar las empresas a efectos oficiales.

- Aplicación del 25% de bonificación en las tarifas de «Libros» de cualquiera de las zonas de ámbito nacional.
- Descuento del 30% en la tarifa de «Paq Estándar», modalidad «Entrega en Oficina Elegida».

Dichas tarifas están recogidas en el Anexo I de la Instrucción sobre Tarifas 2022 de los Servicios Postales y de Telecomunicación prestados por la Sociedad Estatal Correos y Telégrafos, S.A.

Los clientes adscritos al Programa Postlibris que utilicen «Paq Estándar Entrega en Oficina Elegida» para el envío de libros podrán contratar los valores añadidos propios del producto. En ese caso, el descuento solo se aplicará a la tarifa del «Paq Estándar», pero nunca en los valores añadidos que se contraten con el mismo.

### Adscripción al Programa Postlibris

Las empresas editoras o distribuidoras de libros o establecimientos de venta a distancia de libros podrán acogerse al programa Postlibris. Deben acreditar que tienen como actividad primera o secundaria cualquiera de los **epígrafes de actividades** siguientes:

- 476.1 Edición de libros.
- 476.9 Otras **ediciones NCOP**.
- 479.1 Comercio al por menor por correspondencia o internet.
- 619.6 Comercio al por mayor de libros, periódicos y revistas.
- 659.4 Comercio al por menor de libros, periódicos y revistas.
- 665 Comercio al por menor por correo o por catálogo.

Las empresas que aún no se hayan acogido al programa Postlibris podrán solicitarlo en cualquier oficina de Correos. Para ello deberán:

- Ser titulares de una tarjeta Más Cerca de Correos.
- Presentar copia de la declaración censal modelo 036 o 037 del IAE de la Agencia Tributaria, en el que debe figurar como actividad primera o secundaria cualquiera de los epígrafes del sector librero antes mencionados.

### Condiciones de acceso a los descuentos del Programa Postlibris

- Estos descuentos se aplicarán exclusivamente a las empresas acogidas al programa Postlibris que no tengan contrato con Correos del producto «Libros».
- Este descuento es incompatible con cualquier otro descuento de Correos.
- El importe del franqueo será el que resulte de aplicar el descuento Postlibris a la tarifa vigente de «Libro nacional» o «Paq Estándar Entrega en Oficina Elegida», que corresponda al tramo de peso que tenga el envío.
- La admisión de los envíos con descuento Postlibris se realizará solo en Oficinas de Correos. No se permiten admisiones en Centro de Admisión Masiva o con recogida a domicilio.

## Glosario

### Ediciones NCOP:

Comprende las ediciones no especificadas en otros epígrafes, tales como edición de imágenes, grabados, tarjetas postales, etc.; edición de folletos, edición musical impresa o manuscrita y otras ediciones (sellos de correos, calendarios, almanaques, etc.).

- Las empresas suscritas al programa Postlibris deberán presentar siempre la Tarjeta Más Cerca, de la que sean titulares, en el momento de la admisión de estos envíos.
- El pago de estos envíos se realizará en metálico, con tarjeta de crédito o con la Tarjeta Más Cerca. En el caso del producto «Libros», además podrán utilizarse sellos, estampillas o estampación con máquinas de franquear.

### 3.2.7. Publicaciones periódicas

Servicio a editores o distribuidores de prensa para enviar periódicos, revistas, boletines, etc., a sus suscriptores. Deben ser publicaciones que se editen periódicamente con un plazo fijo, con el mismo título en cada ejemplar y un contenido de índole diversa. Es un servicio para clientes con o sin contrato.

Para utilizar esta tarifa, la empresa remitente, editora o distribuidora, necesita una autorización —para cada cabecera de revista— de los Servicios Comerciales de Correos de la zona a la que pertenezca su provincia. Estos comprobarán que la publicación cumple los requisitos necesarios para otorgarle la **«calificación» postal de Publicación Periódica**.



#### CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO

##### Ámbito de admisión

Todo el territorio nacional, incluido Andorra.

##### Ámbito de destino

Nacional:

Zona A: Envíos con destino local, capitales de provincia, localidades con administraciones de Correos y poblaciones de más de 50.000 habitantes especificados por Correos.

Zona B: Resto de destinos.

Internacional:

ZONA 1: Europa, incluida Groenlandia.

ZONA 2: Resto de países, excepto los de las zonas 1 y 3.

ZONA 3: Australia, Canadá, Estados Unidos, Japón, Nueva Zelanda y Rusia.

(continúa en la página siguiente)

### **Plazo de entrega**

Nacional:

4 días hábiles (en el 90% de los envíos).

Internacional:

Europa: 6-8 días hábiles.

Resto: según país.

### **Peso máximo**

2 kg.

### **Medidas**

Máximas:

Sobre/Caja:  $L + A + A = 90$  cm ( $L, A, A \leq 60$  cm).

Rollo/Tubo:  $L + 2D = 104$  cm ( $L, D \leq 90$  cm).

Mínimas:

Sobre/Caja:  $14 \times 9$  cm.

Rollo/Tubo:  $L + 2D = 17$  cm ( $L, D > 10$  cm).

Los envíos con dimensiones inferiores a las mínimas deberán llevar una etiqueta anexa de  $10 \times 7$  cm en la que figuren la dirección y el franqueo.

### **Entrega de los envíos**

Consta de un único intento de entrega.

Los envíos de hasta 800 g se dejan en el buzón o casillero del domicilio del destinatario.

Para los envíos de más de 800 g, se deja un aviso al destinatario para que pueda recoger el envío en la oficina de Correos que corresponda a su domicilio. A petición del destinatario, estos envíos podrán entregarse a domicilio, abonando el importe correspondiente al servicio adicional «Entrega a domicilio de envíos».

### **Medios de Franqueo**

Franqueo pagado.

Metálico/sellos/tarjeta bancaria.

Franqueo a máquina.

(continúa en la página siguiente)

**Valores añadidos/Servicios adicionales (solo para clientes con contrato)**

- Recogida a domicilio.
- Clasificación de envíos.
- Normalización de direcciones.
- Información de devoluciones.

**Otras características**

- Solo podrán utilizar la tarifa postal de «Publicaciones Periódicas» las empresas editoras y distribuidoras que hayan sido autorizadas por los Servicios Comerciales de Correos, los cuales darán una autorización por cada título o «cabecera» de periódico o revista, una vez que comprueben que dicha publicación cumple los requisitos para ser «calificada» postalmente como una publicación periódica.
- Solo podrán ser calificadas como «Publicaciones Periódicas», desde el punto de vista postal, los periódicos o prensa diaria y las publicaciones de información general, así como aquellas otras dedicadas a aspectos especializados, técnicos, científicos y profesionales o destinados a un público lector determinado, que cumplan con los requisitos establecidos por Correos.

Algunos de estos requisitos son:

- a) Según el contenido del texto de la publicación:
  - Que tenga un mismo título repetido en cada ejemplar.
  - Sus textos y artículos deber tener un contenido diverso.
  - La publicidad no puede superar los  $\frac{2}{3}$  del total del contenido (incluidos los encartes).
  - Ha de estar paginada.
- b) Según la periodicidad de la publicación:
  - Periodicidad al menos trimestral.
  - Tirada mínima anual: 1.000 ejemplares.
- c) Condiciones exigidas a los editores y distribuidores:
  - Ser editadas e impresas en España o cualquier otro país de la Unión Europea.
  - La publicación debe tener un número de depósito legal, ISSN o NIPO y debe figurar en dicha publicación.
- d) Según el contenido que puede acompañar a la publicación:
  - Suplementos: es una sección especial añadida que se considera que forma parte de la publicación si el texto y artículos tienen la misma temática (por ejemplo, los suplementos semanales).

(continúa en la página siguiente)

- Encartes: hoja o conjunto de hojas que pueden ir sueltas o formando parte de la publicación, pero con un formato diferente. Su contenido suele ser publicitario o promocional y pueden incluir pequeñas muestras de producto. El tamaño de estos encartes siempre será igual o inferior al de la publicación. Se permite un número ilimitado de encartes por publicación, siempre que sumado el encarte al resto de la publicidad de la propia publicación no superen los  $\frac{2}{3}$  del contenido de la misma.
  - Muestra de valor/Sachet (bolsita): muestra para consumir en una sola vez que deberá ir adherida a la publicación o encarte. Deben tener un tamaño menor que la publicación o encarte, pesar menos de 50 g y tener 5 milímetros máximos de espesor. El máximo de muestras por publicación es de 3 y deben ir adheridas a un encarte, una por encarte.
- Mínimo de 50 ejemplares por remesa, sumados los envíos dirigidos al ámbito nacional e internacional.
  - La admisión de estos envíos en pequeñas cantidades se puede realizar en cualquier oficina de Correos. Para envíos masivos se deberá acudir a las Unidades de Admisión Masiva que Correos tiene en cada provincia.

#### **Garantías**

En estos servicios no procede indemnización alguna al no ser un producto registrado.

#### **Envío de publicaciones periódicas editadas por partidos políticos y sindicatos**

Las publicaciones periódicas que hayan obtenido dicha calificación postal y sean editadas por los partidos políticos y sindicatos legalmente constituidos tendrán una bonificación del **40% sobre las tarifas de Publicaciones Periódicas vigentes**, siempre que:

- No contengan otra **información que la propia de aquellas entidades**.
- El peso de los envíos sobrepase los **100 g**.
- Solo aplicable en envíos con **destino nacional**.

Los envíos franqueados con sellos, estampillas o estampaciones de máquinas de franquear llevarán en la cubierta el importe resultante de aplicar lo dispuesto en la instrucción primera anterior con el impuesto correspondiente, en su caso.

Los envíos tendrán el mismo tratamiento que el resto de las publicaciones periódicas.

#### **3.2.8. Cecograma**

Cecograma es un producto que permite el envío de documentos cecográficos (escritura con relieve).

Está exento de franqueo cuando es enviado o dirigido a personas invidentes o instituciones de invidentes oficialmente reconocidas.

Estos envíos incluyen la correspondencia, la literatura, cualquiera que sea su formato (material auditivo incluido), y los equipos o los materiales producidos o adaptados para ayudar a las personas ciegas a superar los problemas derivados de su ceguera, tal como se indica en el Reglamento relativo a Envíos de Correspondencia de la UPU.



## CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO

### Ámbito de admisión

Nacional, incluido Andorra.

### Ámbito de destino

Nacional e internacional.

### Medidas

#### Máximas:

Sobre/Caja:  $L + A + A = 90$  cm ( $L, A, A \leq 60$  cm).

Rollo/Tubo:  $L + 2D = 104$  cm ( $L, D \leq 90$  cm).

Tarjeta Postal:  $23,5 \times 12$  cm.

#### Mínimas:

Sobre/Caja:  $14 \times 9$  cm.

Rollo/Tubo:  $L + 2D = 17$  cm ( $L, D > 10$  cm).

Tarjeta Postal:  $14 \times 9$  cm.

Los envíos con dimensiones inferiores a las mínimas deberán llevar una etiqueta anexa de  $10 \times 7$  cm en la que figuren la dirección y el franqueo.

## 3.2.9. Servicios telegráficos

### A) Burofax/Burofax online

Envío urgente de mensajes o documentos con entrega registrada (bajo firma del destinatario), cursados por medios electrónicos desde origen hasta el centro de distribución de destino, lo que garantiza el envío seguro de las comunicaciones. Existe la posibilidad de certificar fehacientemente tanto su entrega como su contenido. Entrega el mismo día de su imposición.

## Glosario

**PEE:** Prueba de entrega electrónica.



El Burofax, en función de su forma de admisión y de los valores añadidos, recibe estas denominaciones:

- **Burofax Premium Online:** se interpone desde la oficina virtual.
- **Burofax Premium:** se admite en oficinas tanto para particulares como para clientes con contrato.
- **Burofax Premium Plus:** es un Burofax Premium con PEE5 y Certificación, solo para particulares.
- **Burofax Básico Plus:** es un Burofax Premium con PEE5 y Certificación, solo para contrato.

## CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO

### Ámbito

Nacional.

### Plazo de entrega

24 horas. Entrega en el mismo día, siempre que se admita antes de las 13:00 horas (excepto en los meses de julio, agosto y septiembre). Si el envío es admitido más tarde de esa hora o bien va dirigido a poblaciones pequeñas, se entregará al día siguiente hábil al de su admisión.

### Peso/Medidas

No procede. Se tarifica por hojas.

### Acondicionamiento

Los documentos podrán ser presentados en los siguientes formatos, según el canal utilizado para su admisión:

- Red de Oficinas: exclusivamente en formato papel.
- Oficina Virtual: admisión en formatos PDF y Word.
- Canal masivo: admisión de documentos en formatos PDF y Word.

### Servicios adicionales/Valores añadidos

Acuse de recibo.

Prueba de Entrega Electrónica - PEE.

Custodia documental 120 meses.

Copia certificada.

Certificación de contenido, entrega o imposición.

(continúa en la página siguiente)

## Glosario

Existen actualmente tres tipologías de Prueba de Entrega Electrónica en función del tiempo en custodia por Correos:

**PEE5:** Prueba de Entrega Electrónica con 5 años de custodia.

**PEE10:** Prueba de Entrega Electrónica con 10 años de custodia.

**PEE15:** Prueba de Entrega Electrónica con 15 años de custodia.

**Otras Características**

- Este producto garantiza la fehaciencia del contenido al poder Correos certificar el contenido que se ha enviado.
- El envío Burofax es de carácter personal y, por ello, solo podrá tener un destinatario. Validez legal frente a terceros. Se incluye la custodia de los documentos emitidos durante un plazo de 5 años (60 meses).

**B) Telegrama nacional**

El servicio Telegrama posibilita el envío urgente de mensajes con entrega registrada (bajo firma del destinatario) en el ámbito nacional, cursados por medios electrónicos desde origen hasta el centro de distribución de destino, con posibilidad de certificar fehacientemente tanto su entrega como su contenido.

Solo se podrá acceder a este servicio a través de las oficinas de Correos, quedando la Oficina Virtual para uso de clientes con contrato vigente.

**CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO****Ámbito**

Nacional.

**Plazo de entrega**

24 horas. Entrega en el mismo día, siempre que se admita antes de las 13:00 horas (excepto en los meses de julio, agosto y septiembre). Si el envío es admitido más tarde de esa hora, se entregará al día siguiente hábil al de su admisión.

**Peso/Medidas**

No aplica.

Se tarifica en grupos de 50 palabras.

**Entrega**

El envío se entrega al destinatario en un sobre cerrado.

(continúa en la página siguiente)

### **Productos sustitutos**

Burofax.

Carta certificada.

### **Servicios adicionales/Valores añadidos**

- Acuse de recibo.
- Prueba de Entrega Electrónica (en ámbito nacional).
- Copia certificada.
- Certificación de texto.
- Certificación de entrega o imposición.

### **Operativa de prestación**

#### **Nacional**

Los telegramas se entregan al destinatario bajo firma. En caso de no estar en su domicilio, se intenta una segunda entrega y si tampoco fuese posible realizarla, se avisaría para su recogida en la oficina de Correos de referencia para el destinatario.

## **3.3. Paquetería de Correos y de Correos Express**

### **3.3.1. Paquetería de Correos**

#### **Paquetería nacional**

##### **A) Paq Today**

Servicio de recogida y entrega en el mismo día. Envío de paquetería en las principales capitales de provincia. Disponible únicamente para clientes con contrato, previa autorización de Operaciones.



## CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO

### Ámbito

Solo cuenta con una única zona:

**Z1.-** Provincial.

### Plazos de entrega

Se entregará en el mismo día entre 15:00 y 21:00.

- La hora límite de recogida/depósito de envíos:
  - Depósito en el centro logístico de Correos: 14:00.
  - Recogida en tienda o en almacén del cliente: 13:00.

### Peso

- Peso real máximo: 5 kg.
- Peso volumétrico:
  - Para aquellos envíos en los que no tenga relación el peso con el tamaño, se aplicará el criterio (peso/volumen) / (167 kg/m<sup>3</sup>).
  - Se verificará esta relación en el momento de la admisión, siguiendo la siguiente formula: largo×alto×ancho (expresado en cm) / 6.000.
  - Máximo de 8 kg.

### Dimensiones

- Mínimas: Las dimensiones que permitan adherir una etiqueta de 10×14,5 cm.
- Máximas: 39×39×29 cm.

### Entrega de los envíos

Entrega en domicilio: consta de 2 intentos de entrega y 15 días de permanencia en la oficina de referencia.

### Otras características

Los clientes podrán depositar hasta 10 bultos por expedición.

- Comunicación por SMS y correo electrónico al destinatario.
- Comunicación de la entrega vía internet o vía telefónica al remitente.
- Gestión de incidencias y estacionados: en caso de producirse una incidencia o imposibilidad de entrega de un envío, permite proceder a su entrega, devolución o destrucción. La respuesta del cliente se puede recibir a través de la oficina virtual, Siebel (ATC) o ficheros de carga.
- POD: Imagen de firma de la entrega. Descarga de las imágenes a través de FTP en servidores Correos.

(continúa en la página siguiente)

## Glosario

### **Peso volumétrico:**

Es el peso de un envío teniendo en cuenta sus dimensiones.

### **Valores añadidos/Servicios adicionales**

#### **Modalidades de Seguro:**

- LCTTM: en caso de que el cliente con contrato renunciase expresamente a la modalidad de seguro estándar por tener ya contratada su propia póliza de seguros.
- Estándar: ofrece cobertura a potenciales incidencias como extravíos, robos en reparto, mercancía dañada en Correos o potenciales faltas de contenido.
- Especial: se acuerdan las condiciones específicas con cada cliente. Indemnización pactada.
- Valor declarado de paquetería (antiguo a todo riesgo): aplicable envío a envío y se calcula como un porcentaje en función del valor de la mercancía (hasta un máximo de 6.000€).

#### **Prueba de Entrega Electrónica (PEE):**

Documento de Correos que integra los datos de un envío y confirma su entrega o certifica la imposibilidad de la misma (devolución). Incluye firma electrónica y cotejo en la web de Correos.

#### **Entrega exclusiva al destinatario (EDD):**

Solo se entregará el envío al destinatario previa identificación.

#### **Reembolso:**

La entrega de un envío se realiza previo abono por parte del destinatario (el importe que quiere cobrar el remitente y que figura en el envío) y posteriormente Correos reembolsa. Cuenta con una única modalidad de abono en cuenta, con un máximo de 2.499,99€.

#### **Entrega en franja horaria:**

Para la modalidad de entrega en domicilio se puede elegir la hora de entrega entre las 2 franjas:

- De 15:00 a 18:00.
- De 18:00 a 21:00.

#### **Número de intentos parametrizable:**

Por defecto tiene 2 intentos, pero se puede elegir entre 1 o 3 intentos de entrega.

#### **Tiempo de permanencia en lista:**

Permite elegir cuántos días se quedará el envío en la oficina después del primer intento de entrega (15 días por defecto y 30 días como máximo).

#### **Canales de comercialización:**

- Oficinas de Correos.
- *Online*.
- Red comercial.

**B) Paq Premium**

Servicio de entrega a medida, que permite escoger cuándo y dónde quiere su cliente que le entreguemos el envío. Entrega urgente, a domicilio y bajo firma (excepto para las entregas realizadas en terminales Citypaq).

**CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO****Ámbito**

España, Andorra y Portugal peninsular.

**Z1.-** Provincial.

**Z2.-** Provincias limítrofes (solo a nivel peninsular).

**Z3.-** Península, incluido Andorra.

**Z4.-** Baleares, Ceuta y Melilla.

**Z5.-** Canarias.

**Z6.-** Canarias interislas.

**Z7.-** Origen peninsular destino Portugal peninsular.

**Z8.-** Origen Baleares, Ceuta y Melilla destino Portugal peninsular.

**Z9.-** Origen Canarias destino Portugal peninsular.

**Plazos de Entrega**

24/48 horas según origen/destino para el 1.º intento de entrega o puesta a disposición del destinatario en la oficina o dispositivos Citypaq. La entrega se realiza bajo firma (excepto para las entregas realizadas en terminales Citypaq) y en plazo garantizado.

En los envíos con destino u origen Andorra, Canarias, Ceuta o Melilla, NO SE COMPUTARÁ EL TIEMPO DESTINADO A LA TRAMITACIÓN ADUANERA.



(continúa en la página siguiente)



El plazo de la devolución de los envíos no entregados será de 24 horas más sobre los plazos expresados anteriormente.

**Peso**

- Peso real máximo: 30 kg.
  - Peso volumétrico:
    - Para aquellos envíos en los que no tenga relación el peso con el tamaño, se aplicará el criterio (peso/volumen)/(167 kg/m<sup>3</sup>).
    - Se verificará esta relación en el momento de la admisión, siguiendo la siguiente formula: largo x alto x ancho (expresado en cm)/6.000.
- Existen otras modalidades de negociación del peso volumétrico:
- 125 kg/m<sup>3</sup> [largo x alto x ancho (expresado en cm)/8.000].
  - 143 kg/m<sup>3</sup> [largo x alto x ancho (expresado en cm)/7.000].
  - 167 kg/m<sup>3</sup> [largo x alto x ancho (expresado en cm)/6.000].
  - 200 kg/m<sup>3</sup> [largo x alto x ancho (expresado en cm)/5.000].

**Dimensiones**

- Mínimas: las dimensiones que permitan adherir una etiqueta de 10 x 14,5 cm.
- Máximas:
  - Caja: L+A+A = 210 cm, sin que la mayor exceda de 120 cm.
  - Rollo o Tubo: L = 120 cm, D = 30 cm.
- Dimensión extra:
  - Una de las medidas no puede exceder 170 cm.
  - L+A+A no puede exceder de 270 cm.

En caso contrario llevará un sobrecoste.\*\*

Dimensiones máximas permitidas	NIVELES	
	Estándar	Extra
Una de las medidas no puede exceder de	120 cm	170 cm
La suma total de ancho + largo + alto no puede exceder de	210 cm	270 cm

** CUADRO DE SOBRECOSTES	SOBRECOSTE
Sin dimensión extra	0%
Si una de las medidas excede el máximo estándar	35%
Si ancho + largo + alto excede del máximo estándar	35%
Si hay dos dimensiones extra o todas	70%

Este porcentaje se calculará según la cantidad a facturar del envío por su peso facturable, como se puede ver en los siguientes ejemplos:

(continúa en la página siguiente)

- Envío cuyas medidas son: 20×30×140 cm, peso real 10 kg, peso volumétrico 14 kg; se le aplicaría la tarifa pactada para 14 kg más el 35% de la misma. Por ejemplo, si la tarifa para 14 kg fuera 10 €, la cantidad por la que se facturaría sería  $10 + 3,50 = 13,50$  €.
- Envío cuyas medidas son: 50×50×140, peso real 20 kg, peso volumétrico 59 kg; se le aplicaría la tarifa pactada para 59 kg más el 70% de la misma. Por ejemplo, si la tarifa para 59 kg fuera 50 €, la cantidad por la que se facturaría sería  $50 + 35 = 85$  €.

### Entrega de los envíos

Cuatro modalidades de entrega diferenciadas:

- **Entrega en domicilio:** consta de 2 intentos de entrega y 15 días de permanencia en la oficina de referencia. Modalidad disponible para clientes particulares y con contrato.  
Única modalidad de entrega para envíos Portugal peninsular.
- **Entrega en oficina elegida** (para envíos con destino Portugal peninsular, solo se prestará la modalidad de entrega en domicilio): el envío es dirigido a la oficina elegida por el cliente, dentro de las que disponen del servicio de punto de entrega de paquetería, donde el destinatario dispondrá de 15 días para recoger el mismo. Se informará al destinatario, mediante SMS o *e-mail*, que tiene a su disposición un envío en la oficina, además se enviarán mensajes de recordatorio de no producirse la recogida.
- **Entrega en oficina de referencia:** entrega en la oficina de Correos más próxima al domicilio indicado, donde el destinatario dispondrá de 15 días para recoger el mismo. Se informará al destinatario mediante SMS o *e-mail* y teniendo 2 avisos de llegada (a los 5 días de entrada del paquete en la oficina de Correos).
- **Entrega en Citypaq:** permite a los usuarios la recepción y el envío de paquetes de forma cómoda y segura, las 24 horas del día, todos los días del año, a través de la red de terminales automatizados de paquetería (Citypaq) ubicados tanto en lugares públicos como en las comunidades de vecinos. Disponible únicamente para clientes con contrato.

### Otras características

- Expediciones: los clientes con contrato podrán depositar hasta 10 bultos por expedición.
- Comunicación al destinatario determinados eventos logísticos mediante el envío de SMS o correos electrónicos.
- Recogidas: recogida masiva en la dirección que el cliente indique. Solo disponible para clientes con contrato.
- Comunicación de la entrega vía internet o vía telefónica al remitente.

(continúa en la página siguiente)



- Gestión de incidencias y estacionados: en caso de producirse una incidencia o imposibilidad de entrega de un envío, permite proceder a su entrega, devolución o destrucción. La respuesta del cliente se puede recibir a través de la oficina Virtual, Siebel (ATC) o Ficheros de carga. Localizador Web en [www.correos.es](http://www.correos.es).
- Comunicación de la entrega vía internet o vía telefónica al cliente.
- No permite el franqueo a máquina.

#### **Valores añadidos/Servicios adicionales**

##### **Modalidades de Seguro:**

- LCTTM: en caso de que el cliente con contrato renunciase expresamente a la modalidad de seguro estándar por tener ya contratada su propia póliza de seguros. Solo disponible para clientes con contrato.
- Estándar: ofrece cobertura a potenciales incidencias como extravíos, robos en reparto, mercancía dañada en Correos o potenciales faltas de contenido. Incluido para clientes sin contrato.
- Especial: se acuerdan las condiciones específicas con cada cliente. Indemnización pactada. Solo disponible para clientes con contrato.
- Valor declarado de paquetería (antiguo a todo riesgo): aplicable envío a envío y se calcula como un porcentaje en función del valor de la mercancía (hasta un máximo de 6.000€).

##### **Prueba de Entrega Electrónica (PEE):**

Documento de Correos que integra los datos de un envío y confirma su entrega o certifica la imposibilidad de la misma (devolución). Incluye firma electrónica y cotejo en la web de Correos.

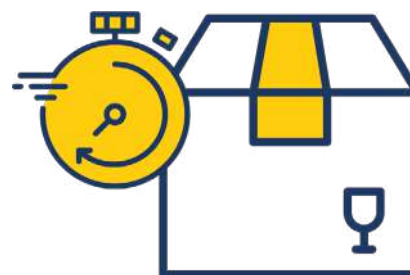
##### **Entrega exclusiva al destinatario (EDD):**

Solo se entregará el envío al destinatario previa identificación. Solo disponible para clientes con contrato.

##### **Reembolso:**

La entrega de un envío se realiza previo abono por parte del destinatario (el importe que quiere cobrar el remitente y que figura en el envío) y posteriormente Correos reembolsa.

Cuenta con dos modalidades para particulares (entrega en domicilio/apartado postal, máximo 499,99 €, y abono en cuenta, máximo 2.499,99 €) y una solo para contrato (abono en cuenta, con un máximo 2.499,99 €).



(continúa en la página siguiente)

**Entrega en franja horaria****Entrega en día determinado:**

El remitente puede elegir en qué fecha se ha de realizar el intento de entrega y el envío permanecerá en depósito hasta la fecha indicada.

**Número de intentos parametrizable:**

Por defecto tiene 2 intentos, pero se puede elegir entre 1 o 3 intentos de entrega. Solo disponible para clientes con contrato.

**Tiempo de permanencia en lista:**

Permite elegir cuántos días se quedará el envío en la oficina después del primer intento de entrega (15 días por defecto y 30 días como máximo).

**Escaneo con validación:**

Verificación mecánica de la autenticidad de documentos de identidad (DNI, Pasaporte, NIE...) para otorgar **máxima seguridad al proceso de identificación**. Solo disponible para clientes con contrato y en la modalidad de entrega en oficina.

**Escaneo de documentos:**

Escaneo de documentos que requiera un cliente (nóminas, facturas...). Solo disponible para clientes con contrato y en la modalidad de entrega en oficina.

**Gestión del DUA de Exportación:**

Para los envíos con origen/destino Canarias, Ceuta, Melilla o Andorra se gestionará el Documento Único Administrativo.

**Canales de Comercialización:**

- Oficinas de Correos.
- *Online*.
- Red comercial.

**C) Paq Estándar**

Envío de paquetería no urgente. Entregas a domicilio, oficinas de Correos y Citypaq. La más alta calidad de servicio a un precio muy ajustado.

## CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO

### Ámbito

España, Andorra y Portugal peninsular.

**Z1.-** Provincial.

**Z2.-** Provincias limítrofes (solo a nivel peninsular).

**Z3.-** Península, incluido Andorra.

**Z4.-** Baleares, Ceuta y Melilla.

**Z5.-** Canarias.

**Z6.-** Canarias interislas.

**Z7.-** Origen Peninsular destino Portugal peninsular.

**Z8.-** Origen Baleares, Ceuta y Melilla destino Portugal peninsular.

**Z9.-** Origen Canarias destino Portugal peninsular.

### Plazos de Entrega

48/72 horas según origen/destino para el 1.<sup>er</sup> intento de entrega o puesta a disposición del destinatario en la oficina o dispositivos Citypaq. La entrega se realiza bajo firma y en plazo garantizado.

Para los envíos con destino Canarias, Ceuta o Melilla, consultar la matriz de plazos en este enlace.

En los envíos con destino u origen Andorra, Canarias, Ceuta o Melilla, NO SE COMPUTARÁ EL TIEMPO DESTINADO A LA TRAMITACIÓN ADUANERA.

### Peso

- Peso real **máximo:** 30 kg.
- Peso volumétrico:
  - Para aquellos envíos en los que no tenga relación el peso con el tamaño, se aplicará el criterio (peso/volumen)/(167 kg/m<sup>3</sup>).
  - Se verificará esta relación en el momento de la admisión, siguiendo la siguiente fórmula:  $\text{largo} \times \text{alto} \times \text{ancho}$  (expresado en cm)/6.000.

Existen otras modalidades de negociación del peso volumétrico:

- 125 kg/m<sup>3</sup> ( $\text{largo} \times \text{alto} \times \text{ancho}$  (expresado en cm)/8.000).
- 143 kg/m<sup>3</sup> ( $\text{largo} \times \text{alto} \times \text{ancho}$  (expresado en cm)/7.000).
- 167 kg/m<sup>3</sup> ( $\text{largo} \times \text{alto} \times \text{ancho}$  (expresado en cm)/6.000).
- 200 kg/m<sup>3</sup> ( $\text{largo} \times \text{alto} \times \text{ancho}$  (expresado en cm)/5.000).

(continúa en la página siguiente)

### Dimensiones

- Mínimas: Las dimensiones que permitan adherir una etiqueta de 10×14,5 cm.
- Máximas:
  - Caja:  $L+A+A = 210$  cm, sin que la mayor exceda de 120 cm.
  - Rollo o Tubo:  $L = 120$  cm,  $D = 30$  cm.
- Dimensión extra:
  - Una de las medidas no puede exceder 170 cm.
  - $L+A+A$  no puede exceder de 270 cm.

En caso contrario llevará un sobrecoste.\*\*

Dimensiones máximas permitidas	NIVELES	
	Estándar	Extra
Una de las medidas no puede exceder de	120 cm	170 cm
La suma total de ancho + largo + alto no puede exceder de	210 cm	270 cm

** CUADRO DE SOBRECOSTES	SOBRECOSTE
Sin dimensión extra	0%
Si una de las medidas excede el máximo estándar	35%
Si ancho + largo + alto excede del máximo estándar	35%
Si hay dos dimensiones extra o todas	70%

Este porcentaje se calculará según la cantidad a facturar del envío por su peso facturable, como se puede ver en los siguientes ejemplos:

- Envío cuyas medidas son: 20×30×140 cm, peso real 10 kg, peso volumétrico 14 kg; se le aplicaría la tarifa pactada para 14 kg más el 35% de la misma. Por ejemplo, si la tarifa para 14 kg fuera 10 €, la cantidad por la que se facturaría sería  $10 + 3,50 = 13,50$  €.
- Envío cuyas medidas son: 50×50×140, peso real 20 kg, peso volumétrico 59 kg; se le aplicaría la tarifa pactada para 59 kg más el 70% de la misma. Por ejemplo, si la tarifa para 59 kg fuera 50 €, la cantidad por la que se facturaría sería  $50 + 35 = 85$  €.

### Entrega de los envíos

Cuatro modalidades de entrega diferenciadas:

- Entrega en domicilio: consta de 2 intentos de entrega y 15 días de permanencia en la oficina de referencia. Modalidad disponible para clientes particulares y con contrato. Única modalidad de entrega para envíos Portugal peninsular.

(continúa en la página siguiente)



- **Entrega en oficina elegida** (para envíos con destino Portugal peninsular, solo se prestará la modalidad de entrega en domicilio): el envío es dirigido a la oficina elegida por el cliente, dentro de las que disponen del servicio de punto de entrega de paquetería, donde el destinatario dispondrá de 15 días para recoger el mismo. Se informará al destinatario mediante SMS o *e-mail* que tiene a su disposición un envío en la oficina, además se enviarán mensajes de recordatorio de no producirse la recogida.
- **Entrega en oficina de referencia** (para envíos con destino Portugal peninsular, solo se prestará la modalidad de entrega en domicilio): entrega en la oficina de Correos más próxima al domicilio indicado, donde el destinatario dispondrá de 15 días para recoger el mismo. Se informará al destinatario mediante SMS o *e-mail* y teniendo 2 avisos de llegada (el segundo a los 5 días de entrada del paquete en la oficina de Correos).
- **Entrega en Citypaq** (para envíos con destino Portugal peninsular, solo se prestará la modalidad de entrega en domicilio): permite a los usuarios la recepción y el envío de paquetes de forma cómoda y segura, las 24 horas del día, todos los días del año, a través de la Red de terminales automatizados de paquetería (Citypaq) ubicados tanto en lugares públicos como en las comunidades de vecinos. Disponible únicamente para clientes con contrato.

#### **Otras características**

- Expediciones: los clientes con contrato podrán depositar hasta 10 bultos por expedición.
- Comunicación al destinatario de determinados eventos logísticos mediante el envío de SMS o correos electrónicos.
- Recogidas: recogida masiva en la dirección que el cliente indique. Solo disponible para clientes con contrato.
- Comunicación de la entrega vía internet o vía telefónica al remitente.
- Gestión de incidencias y estacionados: en caso de producirse una incidencia o imposibilidad de entrega de un envío, permite proceder a su entrega, devolución o destrucción. La respuesta del cliente se puede recibir a través de la oficina virtual, Siebel (ATC) o ficheros de carga. Localizador web en [www.correos.es](http://www.correos.es).
- Comunicación de la entrega vía internet o vía telefónica al cliente.
- No permite el franqueo a máquina

#### **Valores añadidos/Servicios adicionales**

##### **Modalidades de Seguro:**

- LCTTM: en caso de que el cliente con contrato renunciase expresamente a la modalidad de seguro estándar por tener ya contratada su propia póliza de seguros. Solo disponible para clientes con contrato.

(continúa en la página siguiente)



- Estándar: ofrece cobertura a potenciales incidencias como extravíos, robos en reparto, mercancía dañada en Correos o potenciales faltas de contenido. Incluido para clientes sin contrato.
- Especial: se acuerdan las condiciones específicas con cada cliente. Indemnización pactada. Solo disponible para clientes con contrato.
- Valor declarado de paquetería (antiguo a todo riesgo): aplicable envío a envío y se calcula como un porcentaje en función del valor de la mercancía (hasta un máximo de 6.000€).

#### **Prueba de Entrega Electrónica (PEE):**

Documento de Correos que integra los datos de un envío y confirma su entrega o certifica la imposibilidad de la misma (devolución). Incluye firma electrónica y cotejo en la web de Correos.

#### **Entrega exclusiva al destinatario (EDD):**

Solo se entregará el envío al destinatario previa identificación. Solo disponible para clientes con contrato.

#### **Reembolso:**

La entrega de un envío se realiza previo abono por parte del destinatario (el importe que quiere cobrar el remitente y que figura en el envío) y posteriormente Correos reembolsa.

Cuenta con dos modalidades para particulares (entrega en domicilio/apartado postal, máximo 499,99 €, y abono en cuenta, máximo 2.499,99 €) y una solo para contrato (abono en cuenta, con un máximo 2.499,99 €).

#### **Tiempo de permanencia en lista:**

Permite elegir cuántos días se quedará el envío en la oficina después del primer intento de entrega (15 días por defecto y 30 días como máximo).

#### **Escaneo con validación:**

Verificación mecánica de la autenticidad de documentos de identidad (DNI, Pasaporte, NIE...) otorgando máxima seguridad al proceso de identificación. Solo disponible para clientes con contrato y en la modalidad de entrega en oficina.

#### **Escaneo de documentos:**

Escaneo de documentos que requiera un cliente (nóminas, facturas...). Solo disponible para clientes con contrato y en la modalidad de entrega en oficina.

#### **Gestión del DUA de Exportación:**

Para los envíos con origen/destino Canarias, Ceuta, Melilla o Andorra se gestionará el Documento Único Administrativo.

(continúa en la página siguiente)

### **Programa Postlibris:**

En las modalidades de entrega en oficina elegida y oficina de referencia, los clientes adscritos en el Programa Postlibris se podrán beneficiar de un 30% de descuento para el envío de libros.

### **Canales de Comercialización:**

- Oficinas de Correos.
- *Online*.
- Red comercial.

## **D) Paq Retorno**

Servicio de paquetería que permite a cualquier empresa recibir las devoluciones de sus clientes sin coste adicional para ellos. Solo disponible para clientes con contrato.

- **Paq Retorno:** permite recuperar la mercancía de una manera eficaz, óptima y sin coste adicional para sus clientes, aunque el envío de ida se haya realizado con otro operador.
- **Paq Retorno Premium:** tanto la ida como la vuelta se ha gestionado con Correos de manera que toda la trazabilidad del envío estará registrada en los sistemas.

La empresa podrá controlar la fecha tope en la que sus clientes pueden realizar sus devoluciones, asegurar estos envíos y contratar los embalajes de Correos para dichas devoluciones.

### **Operativa**

El cliente:

- Selecciona si el envío está asociado a un envío previo realizado a través de Correos (Paq Retorno Premium) o bien si es un envío independiente (Paq Retorno).
- Elige si desea que Correos proporcione el embalaje del envío, con cargo a su contrato.
- Si está asociado a un envío previo (Paq Retorno Premium), introduce su código identificativo.
- Si no hay envío previo asociado en Correos (Paq Retorno), introduce los datos necesarios para su curso.
- Imprime las etiquetas y las hace llegar al remitente del envío de retorno, para depositarlas en oficina. El remitente también podrá acudir a cualquier oficina de Correos, donde se las proporcionarán indicando el código de envío.



## CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO

### Ámbito

España y Andorra.

**Z1.-** Provincial.

**Z2.-** Provincias limítrofes (solo a nivel peninsular).

**Z3.-** Península, incluido Andorra.

**Z4.-** Baleares, Ceuta y Melilla.

**Z5.-** Canarias.

**Z6.-** Canarias interislas.

### Plazos de entrega

48/72 horas según origen/destino para el 1.º intento de entrega o puesta a disposición del destinatario en la oficina o dispositivos Citypaq. La entrega se realiza bajo firma.

Para los envíos con destino Canarias, Ceuta o Melilla, el plazo será el mismo que para el Paq Estándar. Se puede consultar la matriz de plazos en este enlace.

En los envíos con destino u origen Andorra, Canarias, Ceuta o Melilla, NO SE COMPUTARÁ EL TIEMPO DESTINADO A LA TRAMITACIÓN ADUANERA.

### Peso

- Peso real máximo: 30 kg.
- Peso volumétrico máximo: 60 kg.
  - Para aquellos envíos en los que no tenga relación el peso con el tamaño, se aplicará el criterio (peso/volumen)/(167 kg/m³).
  - Se verificará esta relación en el momento de la admisión mediante la siguiente fórmula:  $\text{largo} \times \text{alto} \times \text{ancho}$  (expresado en cm)/6.000.

### Dimensiones

- Mínimas:
  - Caja: 15×10 cm.
  - Rollo/Tubo: las dimensiones que permitan adherir una etiqueta de 14,5 x 10 cm.
- Máximas:
  - Caja:  $L+A+A = 210$  cm, sin que la mayor exceda de 120 cm.
  - Rollo o Tubo:  $L = 120$  cm,  $D = 30$  cm.

### Entrega de los envíos

Cuatro modalidades de entrega diferenciadas:

(continúa en la página siguiente)



- **Entrega en domicilio:** consta de 2 intentos de entrega y 15 días de permanencia en la oficina de referencia.
- **Entrega en oficina elegida:** el envío es dirigido a la oficina elegida por el cliente, dentro de las que disponen del servicio de punto de entrega de paquetería, donde el destinatario dispondrá de 15 días para recoger el mismo. Se informará al destinatario mediante SMS o *e-mail* que tiene a su disposición un envío en la oficina, además se enviarán mensajes de recordatorio de no producirse la recogida.
- **Entrega en oficina de referencia:** entrega en la oficina de Correos más próxima al domicilio indicado, donde el destinatario dispondrá de 15 días para recoger el mismo. Se informará al destinatario mediante SMS o *e-mail* y teniendo 2 avisos de llegada (el segundo a los 5 días de entrada del paquete en la oficina de Correos).
- **Entrega en Citypaq:** permite a los usuarios la recepción y el envío de paquetes de forma cómoda y segura, las 24 horas del día, todos los días del año, a través de la red de terminales automatizados de paquetería (Citypaq) ubicados tanto en lugares públicos como en las comunidades de vecinos.

#### **Otras características**

- Posibilidad de fijar el periodo de validez del envío de vuelta.
- Posibilidad de poner a disposición de los clientes embalajes para el envío de vuelta.
- La entrega se produce bajo firma.
- El cliente dispone de toda la red de oficinas de Correos para depositar el envío de vuelta.
- Control total del envío de vuelta gracias a su trazabilidad completa.

#### **Valores añadidos/Servicios adicionales**

##### **Modalidades de Seguro:**

- LCTTM: en caso de que el cliente con contrato renunciase expresamente a la modalidad de seguro estándar por tener ya contratada su propia póliza de seguros.
- Estándar: ofrece cobertura a potenciales incidencias como extravíos, robos en reparto, mercancía dañada en Correos o potenciales faltas de contenido.
- Valor declarado de paquetería (antiguo a todo riesgo): aplicable envío a envío y se calcula como un porcentaje en función del valor de la mercancía (hasta un máximo de 6.000€).

##### **Reembolso:**

La entrega de un envío se realiza previo abono por parte del destinatario (el importe que quiere cobrar el remitente y que figura en el envío) y posteriormente Correos reembolsa.

*(continúa en la página siguiente)*

**Servicio de reembolso hasta un máximo de 999,99€.**

**Plazo de validez del código de envío configurable**

Solo para Paq Retorno con prerregistro.

**Canales de comercialización**

- Oficinas de Correos.
- Online.
- Red comercial.

## E) Paq Ligero

Ideal para el transporte de los envíos de bajo coste y de hasta 2 kg. La oferta más competitiva enfocada en la pequeña paquetería.

### CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO

#### Ámbito

España y Andorra.

**Z1.-** Provincial.

**Z2.-** Provincias limítrofes (solo a nivel peninsular).

**Z3.-** Península, incluido Andorra.

**Z4.-** Baleares, Ceuta y Melilla.

**Z5.-** Canarias.

**Z6.-** Canarias interislas.

#### Plazos de Entrega

24/48 horas según origen/destino para la entrega en domicilio, en el buzón del destinatario. Este plazo será estimado y en ningún caso se indemnizará por el incumplimiento del mismo.

La entrega se realizará en el buzón del destinatario. De realizarse la entrega en mano (caso de porteros o estafetas), se realiza sin recogida de firma ni identificación del destinatario. De no poder producirse la entrega, pasará a oficina para la recogida por parte del destinatario.

(continúa en la página siguiente)

Para los envíos con destino Canarias, Ceuta o Melilla, el plazo será el mismo que para el Paq Estándar. Se puede consultar la matriz de plazos en este enlace.

En los envíos con destino u origen Andorra, Canarias, Ceuta o Melilla, NO SE COMPUTARÁ EL TIEMPO DESTINADO A LA TRAMITACIÓN ADUANERA.

El plazo de la devolución de los envíos no entregados será de 24 horas más de los plazos expresados anteriormente.

#### **Peso**

- Peso real máximo: 2 kg.

#### **Dimensiones**

- Mínimas: 10×15 cm.
- Máximas: 35×23×2 cm.

No se permitirá exceso de dimensiones.

#### **Entrega de los envíos**

Entrega en domicilio: entrega en el domicilio del destinatario, preferentemente en el buzón del mismo; de ser imposible la entrega se avisará del envío, poniéndolo a disposición del destinatario en la oficina de referencia de la dirección de entrega durante 15 días naturales desde el día siguiente a la fecha del aviso.

La entrega se realizará sin identificar al destinatario y sin recogida de la firma del mismo.

#### **Otras características**

En caso de clientes sin contrato, únicamente se comercializa para clientes titulares de Tarjeta Más Cerca.

#### **Valores añadidos/Servicios adicionales**

##### **Gestión del DUA de Exportación:**

Es necesario el DUA para tabaco, alcoholes, perfumes, mercancía acogida a REA (Régimen Especial de Abastecimiento) o mercancías que lleven inspecciones de Sanidad Vegetal. Asimismo sería obligatoria la gestión del DUA de Exportación para envíos con valor de factura superior a 6.000€ sin IVA/IGIC.

##### **Trazabilidad y seguimiento:**

Trazabilidad básica. Será requisito diferenciar los envíos depositados en buzón de los entregados en mano.

##### **Devoluciones:**

Trazabilidad y seguimiento e información del estado de las mismas.

(continúa en la página siguiente)



**Retorno de información:**

Estará disponible mediante todos los sistemas actuales de retorno de información: Localizador Web, WebServices, Fichero de Retorno, Localizador Oficina Virtual, Localizador Interno, Correos Info...

**Recogida a domicilio:**

Disponible solo para clientes con contrato. Seguirá el mismo proceso de recogidas que el resto de los productos de paquetería empresarial. Está incluido en el servicio la recogida masiva de este producto.

**Gestión de incidencias y estacionados:**

En los casos de dirección incorrecta, desconocida, etc., el envío pasará a situación de estacionado, comunicándose al cliente a través del canal adecuado.

Las situaciones en las que un envío pasaría a la situación de estacionado serían las siguientes:

- Dirección incorrecta.
- Desconocido.

Las situaciones de desestacionado de un envío solo serán:

- Entregar al destinatario.
- Devolver.

La respuesta del cliente se puede recibir a través de la oficina virtual, Siebel (ATC) o ficheros de carga. Localizador web en [www.correos.es](http://www.correos.es)

**Canales de Comercialización:**

- Oficinas de Correos.
- *Online*.
- Red comercial.

**F) Paquete Azul**

Envío de paquetes voluminosos a territorio nacional y Andorra. La entrega se realiza a domicilio y bajo firma.

## CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO

### Ámbito

España y Andorra.

### Plazos de entrega

El promedio de entrega oscila entre 3 y 8 días, en función del destino del envío.

### Peso

- Peso real máximo: 20 kg.
- Peso volumétrico máximo: 50 kg.
  - Para aquellos envíos en los que no tenga relación el peso con el tamaño, se aplicará el criterio  $(\text{peso}/\text{volumen})/(167 \text{ kg}/\text{m}^3)$ .
  - Se verificará esta relación en el momento de la admisión, siguiendo la siguiente fórmula:  $\text{largo} \times \text{alto} \times \text{ancho}$  (expresado en cm)/6.000.

### Dimensiones

- Mínimas:
  - Caja: 14×9 cm.
  - Rollo o Tubo: El lado más largo medirá como mínimo 10 cm. Además, la longitud más el doble del diámetro debe ser al menos de 17 cm.
- Máximas:
  - Caja:  $L+A+A = 200$  cm, sin que la mayor exceda de 100 cm.
  - Rollo o Tubo:  $L = 100$  cm,  $D = 15$  cm.

Los envíos con dimensiones inferiores a las mínimas deberán llevar una etiqueta anexa de 10×7 cm en la que figure la dirección y el franqueo.

### Entrega de los envíos

Entrega en domicilio: cuenta con un intento de entrega, si no se produjera la entrega, el destinatario dispone de 15 días para recoger el envío en la oficina de referencia de su domicilio.

### Valores añadidos/Servicios adicionales

#### Aviso de recibo:

Documento físico de Correos que integra los datos de un envío y confirma su entrega o certifica la imposibilidad de la misma (devolución).

#### Reembolso:

La entrega de un envío se realiza previo abono por parte del destinatario del importe que quiere cobrar el remitente y que figura en el envío, y que posteriormente Correos reembolsa.

(continúa en la página siguiente)

Cuenta con dos modalidades: entrega en domicilio/apartado postal, máximo 499,99 €, y abono en cuenta, máximo 2.499,99 €.

**Valor declarado:**

Se cobrará 2,20 € por cada 50 € declarados o fracción, con un máximo de 3.000 € y un mínimo de 6 € declarados.

**Canales de comercialización:**

- Oficinas de Correos.
- *Online.*

## Paquetería internacional

### A) Paq Standard Internacional

Servicio de paquetería internacional con plazo de entrega preferente, a domicilio y bajo firma. Dispone de una amplia cobertura mundial y unas garantías excepcionales. Producto especialmente diseñado para distribuir envíos con y sin valor comercial.

El equilibrio perfecto entre plazo de entrega preferente y precio competitivo.

Incluye:

- Trazabilidad del envío.
- Servicio de recogidas (clientes con contrato).

### CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO

**Ámbito**

Internacional. (Las zonas tarifarias que se muestran a continuación corresponden al año 2022 y pueden cambiar de un año para otro. Lo más recomendable es acceder a la web de Correos, donde se encontrará la información actualizada).

**Zona EU 1:** Alemania, Austria, Bélgica, Dinamarca, Francia, Gibraltar, Grecia, La Bailía de Guernsey, Irlanda, Italia, Isla de Jersey, Isla de Man, Islas Azores, Islas Malvinas, Luxemburgo, Madeira, Mónaco, Noruega, Países Bajos, Portugal, Reino Unido, San Marino, Suecia, Suiza y Vaticano.

**Zona EU 2:** Resto de Europa no incluida en EU 1 ni EU 3 y Norte de Magreb.

**Zona EU 3:** Albania, Bielorrusia, Bosnia Herzegovina, Macedonia, Malta, Moldavia, Rusia, Serbia, Turquía y Ucrania.

(continúa en la página siguiente)

**Zona AM:** América.

**Zona AS-OC 1:** Países de Asia, Oceanía y Oriente Medio no incluidos en la zona AS-OC 2.

**Zona AS-OC 2:** Australia, Nueva Zelanda y Uzbekistán.

**Zona AF:** Países de África no incluidos en la zona EU 2.

### Entrega de los envíos

Entrega a domicilio, en mano y bajo firma. Estos envíos se pueden dirigir a Apartados Postales, Lista de Correos y lockers, en aquellos países que admitan estos servicios.

### Peso máximo

30 kg según destino.

### Medidas

- Caja:
  - Máximas:  $L+A+A= 200$  cm, sin que la mayor exceda de 105 cm.
  - Mínimas:  $14 \times 9$  cm.
- Rollo o Tubo:
  - Máximas:  $L = 100$  cm,  $D = 15$  cm.
  - Mínimas: el lado más largo medirá como mínimo 10 cm. Además, la longitud más el doble del diámetro debe ser de al menos 17 cm.



Los envíos con dimensiones inferiores a las mínimas deberán llevar una etiqueta de  $10 \times 7$  cm en la que figure la dirección y el franqueo.

### Otras características

- Envío Monobulto.
- Permite peso volumétrico para aquellos envíos en los que no tenga relación del peso con el tamaño, se aplicará el criterio  $(\text{peso}/\text{volumen})/(167 \text{ kg}/\text{m}^3)$ . Se procederá a verificar esta relación en el momento de la admisión, siguiendo la siguiente fórmula:  $\text{largo} \times \text{alto} \times \text{ancho}$  (expresado en cm)/6.000.

### Valores añadidos/Servicios adicionales

- DUA de Exportación a terceros países.
- Seguro opcional: el cliente podrá contratar un seguro complementario que cubra la pérdida o deterioro en los envíos, con un límite máximo de 3.000,00 euros por envío o siniestro con el mismo origen. El precio por dicha cobertura será el establecido en las tarifas vigentes y publicadas en la web de Correos.

**B) Paquete Internacional Económico**

Servicio económico de paquetería internacional con entrega a domicilio y bajo firma. Dispone de una amplia cobertura internacional. Cobertura internacional al mejor precio.

**CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO****Ámbito**

Internacional (Las zonas tarifarias que se muestran a continuación corresponden al año 2022 y pueden cambiar de un año para otro. Lo más recomendable es acceder a la web de Correos, donde se encontrará la información actualizada).

**Zona EU 1:** Alemania, Austria, Bélgica, Dinamarca, Francia, Gibraltar, Grecia, La Bailía de Guernsey, Irlanda, Italia, Isla de Jersey, Isla de Man, Islas Azores, Islas Malvinas, Luxemburgo, Madeira, Mónaco, Noruega, Países Bajos, Portugal, Reino Unido, San Marino, Suecia, Suiza y Vaticano.

**Zona EU 2:** Países de Europa no incluidos en la Zona EU 1, Argelia, Groenlandia, Islas Feroe, Marruecos y Túnez.

**Zona EU 3:** Albania, Bielorrusia, Bosnia-Herzegovina, Macedonia, Malta, Moldavia, Rusia, Serbia, Turquía y Ucrania.

**Zona AM:** países de América no incluidos en la zona AM 2.

**Zona AM 2:** Argentina, Bolivia, Brasil, Canadá, Chile, Colombia, Costa Rica, Cuba, Ecuador, EEUU, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua, Paraguay, Uruguay y Venezuela.

**Zona AS-OC 1:** Países de Asia, Oceanía y Oriente Medio no incluidos en la Zona AS-OC 2.

**Zona AS-OC 2:** Australia, Nueva Zelanda y Uzbekistán.

**Zona AF:** Países de África no incluidos en la Zona EU 2.

**Entrega de los envíos**

Entrega a domicilio, en mano y bajo firma.

**Peso máximo**

30 kg según destino.

**Medidas**

- Caja:
  - Máximas:  $L+A+A = 200$  cm, sin que la mayor exceda de 105 cm.
  - Mínimas:  $14 \times 9$  cm.

(continúa en la página siguiente)

- Rollo o Tubo:
  - Máximas:  $L = 100$  cm,  $D = 15$  cm.
  - Mínimas: el lado más corto medirá como mínimo 10 cm. Además, la longitud más el doble del diámetro debe ser de al menos 17 cm.

Los envíos con dimensiones inferiores a las mínimas deberán llevar una etiqueta de 10×7 cm en la que figure la dirección y el franqueo.

#### **Otras características**

- Envío Monobulto.
- Incluye: entrega bajo firma y trazabilidad completa.
- Permite peso volumétrico para aquellos envíos en los que no tenga relación del peso con el tamaño, se aplicará el criterio (peso/volumen) / (167 kg/m<sup>3</sup>). Se procederá a verificar esta relación en el momento de la admisión, siguiendo la siguiente fórmula: largo×alto×ancho (expresado en cm) / 6.000.

#### **Valores Añadidos/Servicios Adicionales**

- Recogida a domicilio (con contrato).
- DUA de Exportación a terceros países.
- Aviso de recibo internacional.
- Reembolso internacional.
- Valor declarado internacional.

### **C) Paq Premium Internacional**

Entrega garantizada de los envíos internacionales más urgentes.

#### **CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO**

##### **Ámbito**

Internacional. (Las zonas tarifarias que se muestran a continuación corresponden al año 2022 y pueden cambiar de un año para otro. Lo más recomendable es acceder a la web de Correos, donde se encontrará la información actualizada).

**Zona EU 1:** Alemania, Austria, Bélgica, Dinamarca, Francia, Gibraltar, Grecia, La Bailía de Guernsey, Irlanda, Italia, Isla de Jersey, Isla de Man, Islas Azores, Islas Malvinas, Luxemburgo, Madeira, Mónaco, Noruega, Países Bajos, Portugal, Reino Unido, San Marino, Suecia, Suiza y Vaticano.

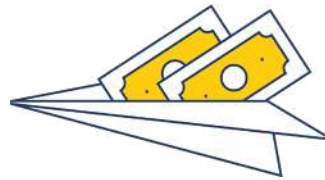
**Zona EU 2:** Países de Europa no incluidos en la Zona EU 1, Argelia, Groenlandia, Islas Feroe, Marruecos y Túnez.

(continúa en la página siguiente)

**Zona AM:** América.

**Zona AS-OC 1:** Asia, Oriente Medio y Oceanía.

**Zona AF:** Países de África no incluidos en la zona EU 2.



### Entrega de los envíos

Entrega a domicilio y bajo firma.

### Peso máximo

30 kg según destino.

### Medidas

- Caja:
  - Máximas:  $L + A + A = 200$  cm, sin que la mayor exceda de 105 cm.
  - Mínimas:  $14 \times 9$  cm.
- Rollo o Tubo:
  - Máximas:  $L = 100$  cm,  $D = 15$  cm.
  - Mínimas: el lado más largo medirá como mínimo 10 cm. Además, la longitud más el doble del diámetro debe ser de al menos 17 cm.

### Otras características

- Envío Monobulto.
- Incluye: trazabilidad del envío y recogida a domicilio para clientes con contrato.
- Dispone de una amplia cobertura mundial gracias a la red EMS.

### Valores añadidos/Servicios adicionales

- Si el exportador necesita realizar un DUA de Exportación, Correos le presta el servicio cualquiera que sea el destino.
- Seguro opcional: El cliente podrá contratar un seguro complementario que cubra la pérdida o deterioro en los envíos, con un límite máximo de 3.000,00 euros por envío o siniestro con el mismo origen. El precio por dicha cobertura será el establecido en las tarifas vigentes y publicadas en la web de Correos.

### Plazos de entrega

1. Los plazos de entrega se han calculado en días hábiles por lo que quedan excluidos los festivos, tanto en origen como en destino, y fines de semana (sábados y domingos).
2. Los plazos de entrega se entienden desde la oficina de admisión en España a grandes núcleos urbanos del país de destino. El tiempo de tránsito al resto del territorio puede verse incrementado en 1 o 2 días adicionales.
3. Se descontarán de los plazos de entrega el tiempo en que los envíos se retrasen por causa de fuerza mayor: inclemencias meteorológicas que afecten a los medios de transporte o distribución, huelgas o conflictos colectivos, etc.

(continúa en la página siguiente)



4. El tiempo de permanencia de los envíos en la aduana de origen o destino tampoco se contabiliza a la hora de calcular los tiempos de tránsito, de ahí la importancia de consignar todos los datos en la documentación postal y de forma clara, así como aportar los documentos necesarios que agilizan los trámites aduaneros (factura comercial, factura proforma, etc.).
5. Si el envío va dirigido a un apartado postal o lista de Correos, el tiempo de tránsito puede verse incrementado y este se entiende desde la admisión del envío hasta el depósito del envío, o el aviso correspondiente, en el apartado postal de destino.
6. El plazo de entrega para envíos con prerregistro *online* se computa desde la admisión definitiva del envío en la oficina de Correos en España hasta su entrega en destino.
7. Para poder cumplir con estos plazos de entrega es obligatorio que los paquetes vayan perfectamente identificados con **nombre y apellidos, dirección completa, ciudad, código postal, país y número de teléfono**, tanto del remitente como del destinatario. Se rellenarán los datos del documento de admisión en español o inglés. Si se consignan los datos en una lengua del país de destino (que no sea español o inglés), se incluirá una traducción al español o inglés. Rellenar los documentos exclusivamente en la lengua del país de destino no es recomendable, especialmente si esta se escribe en caracteres cirílicos, árabes o chinos, y puede suponer retrasos en la entrega del envío.

#### Garantías

Este servicio permite indemnizar por demora, extravío o deterioro.

#### D) Paq Light Internacional

Envíos de documentos/mercancías hasta 2 kg, con carácter preferente, seguimiento informatizado, depósito en buzón (sin firma) y entrega en los principales países europeos y otros. Los envíos ligeros internacionales al mejor precio.

### CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO

#### Ámbito

Internacional. (Las zonas tarifarias que se muestran a continuación corresponden al año 2022 y pueden cambiar de un año para otro. Lo más recomendable es acceder a la web de Correos, donde se encontrará la información actualizada).

**Zona EU 1:** Alemania, Austria, Bélgica, Dinamarca, Francia, Gibraltar, Grecia, Irlanda, Italia, Jersey, Luxemburgo, Noruega, Países Bajos, Portugal, Reino Unido, Suecia y Suiza.

(continúa en la página siguiente)

**Zona EU 2:** Chipre, Croacia, Eslovaquia, Eslovenia, Estonia, Finlandia, Hungría, Islandia, Letonia, Lituania, Malta, Polonia, República Checa, Rumanía, Rusia, Serbia y Turquía.

**Zona AM:** Aruba, Barbados, Brasil, Canadá, México y Rep. Dominicana.

**Zona AS-OC:** Arabia Saudí, Australia, Corea del Sur, Emiratos Árabes, Georgia, Hong Kong, Indonesia, Israel, Japón, Líbano, Malasia, Nueva Zelanda, Singapur y Tailandia.

**Zona AF:** Egipto, Sudáfrica y Swazilandia.

### **Entrega de los envíos**

La entrega se realiza en mano en el domicilio del destinatario; si no hay nadie en el mismo, se deposita en buzón con evento de entregado y si no cabe en el mismo, se deja aviso de llegada para su recogida en oficina de referencia.

### **Peso máximo**

2 kg.

### **Medidas**

- Máximas: L+A+A = 90 cm, sin que la mayor exceda de 60 cm.
- Mínimas: sobre o caja: 15×10×1 cm.

### **Otras características**

- Envío Monobulto.
- Incluye: trazabilidad del envío.

### **Valores añadidos/Servicios adicionales.**

- Si el exportador necesita realizar un DUA de Exportación, Correos le presta el servicio cualquiera que sea el destino.
- Recogida a domicilio (con contrato).

### **Plazos de entrega**

- Principales destinos europeos: 3-5 días.
- Rusia: desde 9 días.
- Principales destinos en América: 5-8 días.
- Principales destinos en Asia: 6-8 días.

### **Garantías**

Este servicio no dispone de garantías.

## **E) Paq return Internacional**

- Este servicio permite al cliente atender las devoluciones de sus ventas de exportación, con entrega en las oficinas postales de los principales destinos de Europa.

- Con este servicio, el cliente brinda la posibilidad a los destinatarios de sus envíos (clientes del cliente o tercer expedidor) de solicitar su devolución. El tercer expedidor designado por destinatario del cliente asume las mismas obligaciones del cliente respecto al contenido, documentación y embalaje de la mercancía.

## CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO

### Ámbito

Internacional.

### Plazo de entrega

3-5 días desde los principales orígenes europeos.

### Peso máximo

30 kg.

### Medidas

- Sobre/Caja:  $L+A+A = 190$  cm. El lado de mayor longitud no podrá sobrepasar los 105 cm.
- Rollo/Tubo: Largo = 100 cm y Diámetro = 15 cm.

### Otras características

- La devolución es igual de sencilla que la compra *online*.
  - Permite a los clientes ofrecer una solución de logística inversa óptima, ágil y sencilla para que sus compradores tengan la seguridad de poder solicitar una devolución de su compra *online*.
  - La devolución se realiza con la garantía de Correos.
  - Es el servicio ideal para sectores exigentes como el e-commerce.
- El producto no requiere que el cliente contrate los envíos de ida con Correos, es totalmente independiente.
- Todos los envíos cuentan con una trazabilidad y seguimiento, con información a través de la web de Correos.

### Orígenes disponibles

Alemania, Austria, Bélgica, Croacia, Eslovaquia, Eslovenia, Estonia, Francia, Grecia, Hungría, Irlanda, Italia, Letonia, Lituania, Luxemburgo, Malta, Países Bajos, Polonia, Portugal, República Checa, Rumania.



## Otros servicios

### A) Valija

La valija es la solución óptima para el intercambio recíproco de documentación:

- Entre un punto y varios destinos o entre varios puntos entre sí.
- Con una frecuencia y horarios de entrega y recogida establecidos.
- Utilizando un embalaje homologado por Correos.
- Hasta 20 kg de peso por bolsa de valija.

Está orientado al Correo interno de las organizaciones cuyas delegaciones se encuentran dispersas en el territorio nacional.

### CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO

#### Bolsa de valija

- Material de plástico flexible y resistente.
- Incorpora el logotipo del cliente de forma visible.
- Cierre de cremallera que permite el precintado.
- Ventana de plástico transparente en el anverso para la etiqueta con datos de origen y destino de la valija.
- Correos adquiere siempre el 100% más de las valijas necesarias como contingencia a las posibles incidencias, como pueden ser roturas.

#### Precinto de la valija

El precinto definirá el sentido del producto:

- Amarillo: para las valijas con destino en las delegaciones del cliente.
- Rojo: para las valijas con destino en la sede central del cliente.

#### Elementos diferenciadores

- Garantías adicionales: según condiciones del contrato.
- Transporte rápido y servicio de transporte en exclusividad: utilizando la red urgente de Correos.
- Rapidez, fiabilidad del servicio: seguridad, garantía de llegada, comodidad.
- Sistema de franqueo: por contrato.
- Compatible con otros productos: correo ordinario, certificados...
- Productos sustitutivos: Paq Standard y Paq Premium.

#### Valores añadidos/Servicios adicionales

- Hora de entrega y recogida y frecuencia pactadas.

(continúa en la página siguiente)

- Recogida y entrega de la paquetería generada en los mismos puntos de entrega y recogida de la Valija.
- Aprovisionamiento de los embalajes necesarios: bolsas y precintos específicos para el cliente.
- Asesoramiento y puesta en marcha del sistema de valijas más eficiente: estudio de las necesidades del cliente para aportar el máximo valor a su organización.
- Clasificación de documentos: por tipologías u otras necesidades.
- Control de incidencias y trazabilidad: con la trazabilidad de las valijas, sabrá en todo momento el estado de sus valijas y se gestionarán las posibles incidencias de forma más rápida y ágil.

### Canales de comercialización

Red comercial.

## B) Servicios del Camino de Santiago

### Paq Mochila

Servicio de transporte diario de mochilas y maletas de peregrinos en el Camino de Santiago, que permite al usuario caminar sin cargar con su equipaje.

Recogida y entrega en el mismo día en los alojamientos presentes a lo largo de las diferentes rutas del Camino de Santiago.

### Funcionamiento

- **Reserva.** El peregrino reserva el transporte de su mochila indicando alojamiento y localidad de origen y destino. Se puede contratar para un único día/etapa o para varios días/etapas.
- **Identificación del equipaje.** El cliente identifica el equipaje con la etiqueta enviada al finalizar la reserva. Esta incluye sus datos personales y de contacto y su itinerario (puntos diarios de recogida y entrega de la mochila o maleta).



Transporte de mochilas en el Camino de Santiago		
Nombre / Nombre: Francisco Ruiz Ruiz		
Teléfono / Teléfono: 695279519		
Alojamiento de recogida 1º día / Alojamiento for the day pick-up Hotel Príncipe		
Alojamiento de destino / Destination	Localidad / Location	Fecha / Date
www.paqmochila.com		

- **Entrega.** El cliente deja su equipaje identificado con la etiqueta antes de las 8:00 de la mañana en el alojamiento indicado.
- **Traslado y recogida.** El cartero pasa a recoger el equipaje y lo traslada al siguiente alojamiento antes de las 14:30 horas del mismo día.

### • Trazabilidad

El Paq Mochila cuenta con un sistema de trazabilidad propio basado en lectura de **códigos QR**.

Este QR de seguimiento se incluye en la etiqueta con los datos de reserva que el peregrino debe colocar en su equipaje para identificarla.

Cuando recoge el equipaje, el cartero lee el código QR y automáticamente el peregrino recibe un correo electrónico avisándolo de que su equipaje ha sido recogido.

El cartero repite la operación en el momento de la entrega.

## Glosario

### Código QR:

Código de barras bidimensional cuadrado que almacena los datos codificados para su lectura a través de un lector óptico.

## CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO

### Ámbito y fechas

El Paq Mochila se realiza de lunes a domingos, festivos incluidos a excepción de los siguientes días: 24, 25 y 31 de diciembre y 1 de enero.

### Fechas Paq Mochila según temporada:

**Temporada alta.** Desde el 1 de abril hasta el 31 de octubre, el Paq Mochila está disponible en las siguientes Rutas del Camino de Santiago:

- Camino Francés desde Roncesvalles.
- Camino Portugués desde Tui y desde A Guarda. También disponible en la Variante Espiritual.
- Camino Primitivo desde Oviedo.
- Camino del Norte desde Irún.
- Camino inglés desde Ferrol.
- Camino sanabrés desde Ourense.
- Camino a Fisterra y Muxía.

Camino Francés desde Somport y Camino de Invierno desde Ponferrada, disponible de lunes a viernes bajo demanda.

**Temporada baja.** Desde el 1 de noviembre al 1 de abril, el Paq Mochila está disponible en el Camino Francés de Sarria a Santiago.

### Plazos de recogida y entrega

**Recogida.** El equipaje del peregrino se recoge **a partir de las 8:00 horas** en el alojamiento del Camino de Santiago indicado por el peregrino.

**Entrega.** El equipaje del peregrino **se entrega antes de las 14:30 horas del mismo día** en el siguiente alojamiento del Camino de Santiago indicado por el peregrino.

### Peso, dimensiones y distancia

- Tipo de equipaje: mochila de peregrino (mochila de senderismo, *trekking* o de montaña) o maleta de cabina o pequeñas dimensiones.

(continúa en la página siguiente)



- Peso máximo: 15 kg.
- Distancia máxima por día: 60 km.

#### **Canales de comercialización**

- Contratación *online* en [www.paqmochila.com](http://www.paqmochila.com) o <https://www.elcaminoconcorreos.com/>
- En cualquier oficina de Correos.

El **pago** del servicio puede hacerse a través de:

- *Online*: tarjeta y PayPal.
- Oficinas de Correos (tarjeta o metálico).

### **Paq Bicicleta**

Envío de bicicletas a cualquier oficina de Correos. El Paq Bicicleta incluye el envío, un embalaje adaptado a la bicicleta para que apenas haya que desmontarla y un seguro de 300 euros. Disponible para envíos nacionales e internacionales.

El Paq Bicicleta es un Paq Estándar al que se le añade un embalaje y un seguro de 300 euros. Se gestiona en oficinas como un Paq Libre Servicio.

#### **CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO**

El Paq Bicicleta incluye:

- Envío desde cualquier oficina de Correos.
- Embalaje adaptado (Caja Línea Bosques. Dimensiones: 150 cm de largo, 30 cm de ancho y 90 cm de alto).
- Seguro de 300 euros ampliable.
- Almacenamiento de 15 días en la oficina de Correos de destino.

#### **Plazos, recogida y entrega**

- **Paq Bicicleta Nacional.** La recogida y entrega se realiza en cualquier oficina de Correos. Plazo de entrega estimado: 3 días.



(continúa en la página siguiente)



- **Paq Bicicleta Internacional.** El usuario puede acudir a cualquier oficina de Correos para realizar el envío a cualquier punto. Los plazos de entrega están estimados entre 8 y 10 días hábiles.

#### **Peso y dimensiones.**

- Peso máximo: 20 kg.
- Dimensiones: embalaje de 150×30×90 cm. Permite introducir la bicicleta sin apenas desmontarla y las alforjas (siempre y cuando no supere los 20 kg de peso).

#### **Embalaje**

- No todas las oficinas de Correos disponen del embalaje del Paq Bicicleta debido a sus dimensiones.
- El cliente debe asegurarse de la existencia del embalaje en la oficina elegida para hacer el envío, especialmente si la oficina es pequeña, consultando previamente.
- En caso de no disponer del embalaje, la oficina de Correos elegida debe solicitar el embalaje. Tiempo estimado del envío: de 2 a 3 días.

#### **Canales de comercialización**

Contratación en cualquier oficina de Correos.

### **Paq Peregrino**

Envío de paquetes o maletas a cualquier oficina de Correos presente en el Camino de Santiago. Almacenamiento de hasta 45 días.

### **CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO**

El Paq Peregrino es un Paq Estándar al que se le puede añadir un mayor periodo de almacenaje. Se gestiona en oficinas como un Paq Libre Servicio.

#### **Peso**

Dos tipos de Paq Peregrino según peso:

- Hasta 15 kg.
- Hasta 25 kg.

#### **Almacenamiento**

El envío del Paq Peregrino incluye 15 días de almacenamiento en la oficina de destino ampliable a 30, 45 y 75\* días.

\* Opción disponible en sistema, pero sin comercialización excepto a petición expresa del cliente.

(continúa en la página siguiente)

### **Recogida y entrega**

Tanto la recogida como la entrega se realizan en una oficina de Correos.

Plazo máximo de envío: 72 horas.

### **Canales de comercialización**

Contratación en cualquier oficina de Correos.



### **Consigna Santiago**

Servicio de consigna en la oficina principal de Correos de Santiago de Compostela. Permite guardar mochilas, maletas, bastones, bicicletas...

La consigna se encuentra en la céntrica Rúa do Franco, 4, apenas a 150 metros de la plaza del Obradoiro y a dos minutos a pie de la Catedral de Santiago.

## **CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO**

### **Horarios\***

- Temporada alta (1 de abril - 31 de octubre): de 8:30 a 20:30 horas. Todos los días, domingos y festivos incluidos.
- Temporada baja (De noviembre a abril): de 8:30 a 20:30 horas, de lunes a viernes (excepto festivos).

\* Temporada alta y baja: el inicio de temporada varía de un año a otro. La temporada alta comienza unos días antes de Semana Santa.

*(continúa en la página siguiente)*

### Canales de comercialización

- Contratación en la oficina principal de Correos de Santiago.
- Se está trabajando en la puesta en marcha de la contratación *online* del servicio.



### Web del Camino

Correos cuenta con una web específica: [www.elcaminoconcorreos.com](http://www.elcaminoconcorreos.com) en la que ofrece todo tipo de información y recursos para organizar el Camino de Santiago. En esta web se puede encontrar:

**Información útil para el peregrino estos servicios estarán disponibles a través de:**  
<https://www.elcaminoconcorreos.com>:

- **Servicios de Correos para el peregrino:** Paq Mochila, Paq Bicicleta, Paq Peregrino, Consigna en Santiago...
- **Información detallada de las 10 Rutas Jacobeas más populares:** incluye información del Camino, clasificación por etapas, mapas, descripción de la etapa y nivel de dificultad, consejos de qué ver y hacer en cada localidad.
- **Buscador con más de 4.000 alojamientos presentes en el Camino de Santiago,** clasificados por Caminos, localidades y tipos de establecimiento (albergue, hostel, pensión, hotel).
- Los mejores **Consejos de los carteros:** qué llevar en la mochila, cómo conseguir la Credencial, dónde recoger la Compostela...
- **Blog** con actualidad del Camino de Santiago y *newsletter* semanal para estar informado de las novedades.

### 3.3.2. Paquetería y servicios Correos Express

#### Península

##### A) Paq 10

Servicio de entrega puerta a puerta garantizada antes de las 10:00 del día siguiente laborable al de su admisión.

#### CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO

##### Ámbito

España (capitales de provincia y más de 500 poblaciones) y Portugal (principales distritos). No disponible con origen Portugal.

##### Plazos de entrega

D+1. Entrega durante el día hábil siguiente a la recogida o admisión del envío.

Antes de las 10:00-12:00 (según código postal de destino), del día hábil siguiente a la recogida o admisión del envío.

##### Peso

- Peso real máximo: 40 kg.
- Peso volumétrico:
  - Para aquellos envíos en los que no tenga relación el peso con el tamaño, se aplicará el criterio (peso/volumen)/167 kg/m<sup>3</sup> para envíos terrestres, y (peso/volumen)/333 kg/m<sup>3</sup> para envíos marítimos.
- Exceso de peso: Suplemento adicional de 25 euros en aquellos bultos cuyo peso supera el máximo permitido.

##### Dimensiones

Los envíos deben cumplir la siguiente regla:  $L+A+A < 240$  cm, no pudiendo ser ninguna de estas medidas superior a 120 cm.

En caso contrario llevará un sobrecoste.

Suplemento adicional de 25 € en aquellos bultos que superen la suma de dimensiones máximas permitidas.

Suplemento adicional de 25 € por exceso de la dimensión máxima unitaria, aplicándose por cada fracción de 60 cm que supere la medida de 120 cm.

Los suplementos por exceso de suma de dimensiones y por exceso de dimensión unitaria son compatibles e independientes entre sí.

(continúa en la página siguiente)

**Otras características**

- Se aplicará cargo por combustible.
- LID: Localización Inmediata del Destinatario.
- Recogida a domicilio del remitente del envío.
- Gestión proactiva de incidencias: nos comunicamos con el destinatario en caso de incidencia.
- Segundo intento de entrega.
- Prueba de entrega web: disponible en la web [CorreosExpress.com](http://CorreosExpress.com)
- Seguro básico: envío nacional LTM.
- Multibulto.
- Trazabilidad *online*.
- Avisos de paso electrónicos (SMS).

**Valores añadidos/Servicios adicionales**

**Reembolso:** el importe a cobrar al destinatario se hará en efectivo, el máximo son 999,99 € y en cheque a nombre del cliente y previa autorización, si fuera superior. La devolución del importe se efectuará una vez realizada la entrega en un plazo de entre 4 y 6 días laborables mediante transferencia bancaria.

**Avisos vía SMS:** se confirmará la entrega o cualquier situación de los envíos en el mismo momento en el que se producen.

**Retorno de albarán cliente:** devolución del albarán de venta en papel firmado al remitente.

**Recogidas fuera del centro principal:** se ofrecerá la posibilidad de solicitar envíos cuando la recogida y entrega se realicen en direcciones distintas a las consideradas en el contrato.

**Modalidades de seguro:**

- Seguro opcional: como complemento al límite de responsabilidad de la LTM, en los envíos nacionales, se establece un seguro por el 8% sobre portes, con un mínimo por expedición.
- Seguro valor declarado: existe además la posibilidad de contratar un seguro a todo riesgo.

**Gestión del DUA de Exportación:** gestión de Documento Único Aduanero para Canarias, Ceuta, Melilla, Andorra y Gibraltar.

**Canales de comercialización**

- Oficinas de Correos.
- *Online*.
- Red comercial.

**B) Paq 14**

Servicio de entrega puerta a puerta garantizada antes de las 14:00 del día siguiente laborable al de su admisión.

### CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO

#### Ámbito

Cobertura en todo el territorio nacional español y en todos los distritos de Portugal. No disponible para destino Baleares y Canarias con origen Portugal.

#### Plazos de entrega

D+1. Entrega durante el día hábil siguiente a la recogida o admisión del envío.

Antes de las 14:00 horas del día hábil siguiente a la recogida o admisión del envío.

#### Peso

- Peso real máximo: 40 kg.
- Peso volumétrico:
  - Para aquellos envíos en los que no tenga relación el peso con el tamaño, se aplicará el criterio (peso/volumen)/167 kg/m<sup>3</sup> para envíos terrestres, y (peso/volumen)/333 kg/m<sup>3</sup> para envíos marítimos.
- Exceso de peso: Suplemento adicional de 25 euros en aquellos bultos cuyo peso supera el máximo permitido.

#### Dimensiones

Los envíos deben cumplir la siguiente regla:  $L+A+A < 240$  cm, no pudiendo ser ninguna de estas medidas superior a 120 cm.

Suplemento adicional de 25 € en aquellos bultos que superen la suma de dimensiones máximas permitidas.

Suplemento adicional de 25 € por exceso de la dimensión máxima unitaria, aplicándose por cada fracción de 60 cm que supere la medida de 120 cm.

Los suplementos por exceso de suma de dimensiones y por exceso de dimensión unitaria son compatibles e independientes entre sí.

#### Otras características

- Se aplicará cargo por combustible.
- LID: Localización Inmediata del Destinatario.
- Recogida a domicilio del remitente del envío.

(continúa en la página siguiente)

- Gestión proactiva de incidencias: se comunicará con el destinatario en caso de incidencia.
- Segundo intento de entrega.
- Prueba de entrega web: disponible en la web [CorreosExpress.com](http://CorreosExpress.com)
- Seguro básico: Envío nacional LTM.
- Multibulto.
- Trazabilidad *online*.
- Avisos de paso electrónicos (SMS).

#### **Valores añadidos/Servicios adicionales**

**Reembolso:** el importe a cobrar al destinatario se hará en efectivo siendo el máximo 999,99 €, y en un cheque a nombre del cliente y previa autorización, si fuera superior. La devolución del importe se efectuará una vez realizada la entrega en un plazo de entre 4 y 6 días laborables mediante transferencia bancaria.

**Avisos vía SMS:** se confirmará la entrega o cualquier situación de los envíos en el mismo momento en el que se producen.

**Retorno de albarán cliente:** se devolverá el albarán de venta en papel firmado al remitente.

**Recogidas fuera del centro principal:** se ofrecerá la posibilidad de solicitar envíos cuando la recogida y entrega se realicen en direcciones distintas a las consideradas en el contrato.

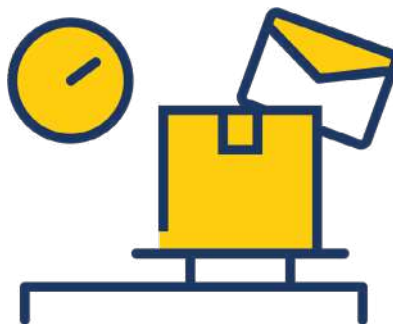
#### **Modalidades de seguro:**

- Seguro opcional: como complemento al límite de responsabilidad de la LTM, en los envíos nacionales, se establece un seguro por el 8% sobre portes con un mínimo por expedición.
- Seguro valor declarado: existe además la posibilidad de contratar un seguro a todo riesgo.

**Gestión del DUA de Exportación:** gestión de Documento Único Aduanero para Canarias, Ceuta, Melilla, Andorra y Gibraltar.

#### **Canales de comercialización**

- Oficinas de Correos.
- *Online*.
- Red comercial.





**C) Paq 24**

Servicio de entrega puerta a puerta garantizada en el siguiente día laborable al de su admisión.

### CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO

**Ámbito**

Cobertura en España, Portugal, Ceuta, Melilla, Andorra y Gibraltar.

**Plazos de Entrega**

D+1 en territorio peninsular.

D+2 en Ceuta, Melilla, Andorra y Gibraltar.

(D+1) Entrega al día siguiente laborable al de su admisión. | (D+2) Entrega al 2.º día siguientes laborables al de su admisión.

**Peso**

- Peso real máximo: 40 kg.
- Peso volumétrico:
  - Se facturará aplicando una conversión de 167 para terrestre y 333 kg/m<sup>3</sup> para marítimo.
- Exceso de peso: Suplemento adicional de 25 euros en aquellos bultos cuyo peso supera el máximo permitido

**Dimensiones**

Los envíos deben cumplir la siguiente regla:  $L+A+A < 240$  cm, no pudiendo ser ninguna de estas medidas superior a 120 cm.

Suplemento adicional de 25 € en aquellos bultos que superen la suma de dimensiones máximas permitidas.

Suplemento adicional de 25 € por exceso de la dimensión máxima unitaria, aplicándose por cada fracción de 60 cm que supere la medida de 120 cm.

Los suplementos por exceso de suma de dimensiones y por exceso de dimensión unitaria son compatibles e independientes entre sí.

**Otras características**

- Se aplicará cargo por combustible.
- Entrega en oficinas de Correos.
- LID: Localización Inmediata del Destinatario.

(continúa en la página siguiente)

- Recogida a domicilio del remitente del envío.
- Gestión proactiva de incidencias: se comunicará con el destinatario en caso de incidencia.
- Segundo intento de entrega.
- Prueba de entrega web: disponible en la web [CorreosExpress.com](http://CorreosExpress.com)
- Seguro básico: envío nacional LTM.
- Multibulto.
- Trazabilidad *online*.
- Avisos de paso electrónicos (SMS).

#### **Valores añadidos/Servicios adicionales**

**Reembolso:** el cobro del importe al destinatario se hará en efectivo; el importe máximo a cobrar será de 999,99 €. La devolución del importe se efectuará una vez realizada la entrega en un plazo de entre 4 y 6 días laborables mediante transferencia bancaria.

**Avisos vía SMS:** se confirmará la entrega o cualquier situación de los envíos en el mismo momento en el que se producen.

**Retorno de albarán cliente:** se devolverá el albarán de venta en papel firmado al remitente.

**Recogidas fuera del centro principal:** se ofrecerá la posibilidad de solicitar envíos cuando la recogida y entrega se realicen en direcciones distintas a las consideradas en el contrato.

#### **Modalidades de seguro:**

- Seguro opcional: como complemento al límite de responsabilidad de la LTM, en los envíos nacionales, se establece un seguro por el 8% sobre portes con un mínimo por expedición.
- Seguro valor declarado: existe además la posibilidad de contratar un seguro a todo riesgo.

**Gestión del DUA de Exportación:** gestión de Documento Único Aduanero para Canarias, Ceuta, Melilla, Andorra y Gibraltar.

#### **Canales de comercialización**

- Oficinas de Correos.
- *Online*.
- Red comercial.

## D) ePaq 24

Servicio B2C empresa/particular, para envíos con destino particulares.

Servicio de entrega puerta a puerta garantizada en el siguiente día laborable al de su admisión.

### CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO

#### Ámbito

Cobertura en todo el territorio peninsular (España y Portugal).

#### Plazos de entrega

D+1 en territorio peninsular.

D+2 en Ceuta, Melilla, Andorra y Gibraltar.

(D+1) Entrega al día siguiente laborable al de su admisión. | (D+2) Entrega al 2.º día siguientes laborables al de su admisión.

#### Peso

- Peso real máximo: 40 kg.
- Peso volumétrico:
  - Se facturará aplicando una conversión de 167 para terrestre y 333 kg/m<sup>3</sup> para marítimo.
- Exceso de peso: Suplemento adicional de 25 euros en aquellos bultos cuyo peso supera el máximo permitido

#### Dimensiones

Los envíos deben cumplir la siguiente regla:  $L + A + \text{Alto} < 240$  cm, no pudiendo ser ninguna de estas medidas superior a 120 cm.

En caso contrario llevará un sobrecoste.

Suplemento adicional de 25 € por exceso de la dimensión máxima unitaria (la mayor de las tres: largo, alto o ancho) que supere los 120 cm. Dicho suplemento será por cada fracción de 60 cm que supere la medida de 120 cm (en el envío aéreo la medida máxima de largo es 200 cm).

#### Otras características

- Se aplicará cargo por combustible.

\* Los suplementos por exceso de suma de dimensiones y por exceso de dimensión unitaria son compatibles e independientes entre sí.

(continúa en la página siguiente)

- LID: Localización Inmediata del Destinatario.
- Recogida a domicilio del remitente del envío.
- Gestión proactiva de incidencias: Se comunicará con el destinatario en caso de incidencia.
- Segundo intento de entrega.
- Prueba de entrega web: disponible en la web [CorreosExpress.com](http://CorreosExpress.com)
- Seguro básico: envío nacional LTM.
- Multibulto.
- Trazabilidad *online*.
- Avisos de paso electrónicos (SMS).
- Predicción de franja horaria: se informa de la franja horaria de entrega prevista (imprescindible aportar el teléfono móvil del destinatario).

#### **Valores añadidos/Servicios adicionales**

**Reembolso:** el cobro del importe al destinatario se hará en efectivo, siendo el importe máximo a cobrar de 999,99 €. La devolución del importe se efectuará una vez realizada la entrega en un plazo de entre 4 y 6 días laborables mediante transferencia bancaria.

**Avisos vía SMS:** se confirmará la entrega o cualquier situación de los envíos en el mismo momento en el que se producen.

**Retorno de albarán cliente:** se devolverá el albarán de venta en papel firmado al remitente.

**Recogidas fuera del centro principal:** se ofrecerá la posibilidad de solicitar envíos cuando la recogida y entrega se realicen en direcciones distintas a las consideradas en el contrato.

#### **Modalidades de seguro:**

- Seguro opcional: como complemento al límite de responsabilidad de la LTM, en los envíos nacionales, se establece un seguro por el 8% sobre portes con un mínimo por expedición.
- Seguro valor declarado: existe además la posibilidad de contratar un seguro a todo riesgo.

#### **Canales de comercialización**

- *Online*.
- Red comercial.

**E) Paq Empresa 14**

Servicio B2B empresa/empresa, para envíos con origen y destino empresas.

Servicio de entrega puerta a puerta garantizada antes de las 14:00 del día siguiente laborable al de su admisión.

### CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO

**Ámbito**

Cobertura en todo el territorio peninsular (España y Portugal) y la misma isla.

**Plazos de entrega**

D+1. Entrega durante el día hábil siguiente a la recogida o admisión del envío.

Antes de las 14:00 horas del día hábil siguiente a la recogida o admisión del envío.

**Peso**

- Peso real máximo: 40 kg.
- Peso volumétrico:
  - Se facturará aplicando una conversión de 167 para terrestre y 333 kg/m<sup>3</sup> para marítimo.
- Exceso de peso: Suplemento adicional de 25 euros en aquellos bultos cuyo peso supera el máximo permitido.

**Dimensiones**

Los envíos deben cumplir la siguiente regla:  $L+A+A < 240$  cm, no pudiendo ser ninguna de estas medidas superior a 120 cm.

Suplemento adicional de 25 € en aquellos bultos que superen la suma de dimensiones máximas permitidas.

Suplemento adicional de 25 € por exceso de la dimensión máxima unitaria, aplicándose por cada fracción de 60 cm que supere la medida de 120 cm.

Los suplementos por exceso de suma de dimensiones y por exceso de dimensión unitaria son compatibles e independientes entre sí.

**Otras características**

- Se aplica cargo por combustible.
- LID: Localización Inmediata del Destinatario.
- Recogida a domicilio del remitente del envío.

(continúa en la página siguiente)

- Gestión proactiva de incidencias: se comunicará con el destinatario en caso de incidencia.
- Segundo intento de entrega.
- Prueba de entrega web: disponible en la web [CorreosExpress.com](http://CorreosExpress.com)
- Seguro básico: Envío nacional LTM.
- Multibulto.
- Trazabilidad *online*.
- Avisos de paso electrónicos (SMS).

#### **Valores añadidos/Servicios adicionales**

**Reembolso:** el importe a cobrar al destinatario se hará en efectivo, siendo el máximo 999,99 €, y con un cheque a nombre del cliente y previa autorización, si fuera superior. La devolución del importe se efectuará una vez realizada la entrega en un plazo de entre 4 y 5 días laborables mediante transferencia bancaria.

**Avisos vía SMS:** se confirmará la entrega o cualquier situación de los envíos en el mismo momento en el que se producen.

**Retorno de albarán cliente:** se devolverá el albarán de venta en papel firmado al remitente.

**Recogidas fuera del centro principal:** se ofrecerá la posibilidad de solicitar envíos cuando la recogida y entrega se realicen en direcciones distintas a las consideradas en el contrato.

#### **Modalidades de seguro:**

- Seguro opcional: como complemento al límite de responsabilidad de la LTM, en los envíos nacionales, se establece un seguro por el 8% sobre portes con un mínimo por expedición.
- Seguro valor declarado: existe además la posibilidad de contratar un seguro a todo riesgo.

#### **Canales de comercialización**

- *Online*.
- Red comercial.

## **F) Entrega Plus**

Logística integral express, en la que el cliente contrata un servicio con tratamiento adicional, bajo definición de la operativa a seguir.

## CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO

### Ámbito

Cobertura en España, Portugal, Ceuta, Melilla y Andorra.

### Plazos de entrega

D+1 en territorio peninsular.

D+2 en Ceuta, Melilla e islas.

(D+1) Entrega al día siguiente laborable al de su admisión. | (D+2) Entrega al 2.º día siguientes laborables al de su admisión.

### Peso

- Peso real máximo: 40 kg.
- Peso volumétrico:
  - Se facturará aplicando una conversión de 167 para terrestre y 333 kg/m<sup>3</sup> para marítimo.
- Exceso de peso: Suplemento adicional de 25 euros en aquellos bultos cuyo peso supera el máximo permitido.

### Dimensiones

Los envíos deben cumplir la siguiente regla:  $L+A+A < 240$  cm, no pudiendo ser ninguna de estas medidas superior a 120 cm.

Suplemento adicional de 25 € en aquellos bultos que superen la suma de dimensiones máximas permitidas.

Suplemento adicional de 25 € por exceso de la dimensión máxima unitaria, aplicándose por cada fracción de 60 cm que supere la medida de 120 cm.

Los suplementos por exceso de suma de dimensiones y por exceso de dimensión unitaria son compatibles e independientes entre sí.

### Otras características

- Se aplica cargo por combustible.
- Prueba de entrega web: disponible en la web [CorreosExpress.com](http://CorreosExpress.com)
- Seguro básico: envío nacional LTM.
- Trazabilidad *online*.

### Valores añadidos/Servicios adicionales

Importante: el servicio de entrega con gestión NO INCLUYE la gestión en la oficina de Correos.

(continúa en la página siguiente)



### **Reembolso:**

El cobro del importe al destinatario se hará en efectivo. El importe máximo a cobrar será de 999,99 €. La devolución del importe se efectuará una vez realizada la entrega en un plazo de entre 4 y 6 días laborables mediante transferencia bancaria.

### **Modalidades de seguro:**

- Seguro opcional: como complemento al límite de responsabilidad de la LTM, en los envíos nacionales, se establece un seguro por el 8% sobre portes con un mínimo por expedición.
- Seguro valor declarado: existe además la posibilidad de contratar un seguro a todo riesgo.

**Gestión del DUA de Exportación:** gestión de Documento Único Aduanero para Canarias, Ceuta, Melilla, Andorra y Gibraltar.

### **Canales de comercialización**

Red comercial.

## **Islas**

### **A) Islas Express**

Servicio de entrega urgente para envíos a islas.

Entrega en el siguiente día laborable al de su admisión, en Gran Canaria y Tenerife, y 2 días laborables en el resto de las islas Canarias.

## **CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO**

### **Ámbito**

Islas Baleares, Canarias, Azores y Madeira (recogida en península con entrega en islas e inversa).

### **Plazos de entrega**

D+2 en Baleares, Gran Canaria y Tenerife. D+3-4 en Azores y Madeira (a excepción de las islas menores, siendo D+4).

D+3 en el resto de islas Canarias.

(continúa en la página siguiente)

**Peso**

- Peso real máximo: 40 kg.
- Peso volumétrico:
  - Se facturará aplicando una conversión de 167 para terrestre y 333 kg/m<sup>3</sup> para marítimo.
- Exceso de peso: Suplemento adicional de 25 euros en aquellos bultos cuyo peso supera el máximo permitido.

**Dimensiones**

Los envíos deben cumplir la siguiente regla:  $L+A+A < 240$  cm, no pudiendo ser ninguna de estas medidas superior a 120 cm.

Suplemento adicional de 25 € en aquellos bultos que superen la suma de dimensiones máximas permitidas.

Suplemento adicional de 25 € por exceso de la dimensión máxima unitaria, aplicándose por cada fracción de 60 cm que supere la medida de 120 cm.

Los suplementos por exceso de suma de dimensiones y por exceso de dimensión unitaria son compatibles e independientes entre sí.

**Otras características**

- Deben ir acompañados de la factura original y una copia, firmada y sellada. La documentación del envío tiene que ser exacta y completa para poder realizarse el Despacho de Aduanas.
- Se aplica cargo por combustible.
- LID: Localización Inmediata del Destinatario.
- Recogida a domicilio del remitente del envío.
- Gestión proactiva de incidencias: se comunicará con el destinatario en caso de incidencia.
- Segundo intento de entrega.
- Prueba de entrega web: disponible en la web [CorreosExpress.com](http://CorreosExpress.com)
- Seguro básico LTM y posibilidad de contratar Seguro Opcional Plus o Seguro a todo Riesgo.
- Multibulto.
- Trazabilidad *online*.
- Avisos de paso electrónicos (SMS).
- Para que el tiempo de tránsito a las islas mayores sea de 24 horas, hay que transmitir la documentación aduanera antes de las 19:00 horas al departamento de Correos Express en Canarias.

(continúa en la página siguiente)

- T2LF\* para DUA de Exportación hacia o desde Canarias.

#### **Valores añadidos/Servicios adicionales**

**Reembolso:** el cobro del importe al destinatario se hará en efectivo, siendo el importe máximo a cobrar de 999,99 €. La devolución del importe se efectuará una vez realizada la entrega en un plazo de entre 4 y 6 días laborables mediante transferencia bancaria.

**Avisos vía SMS:** se confirmará la entrega o cualquier situación de los envíos en el mismo momento en el que se producen.

**Retorno de albarán cliente:** se devolverá el albarán de venta en papel firmado al remitente.

**Recogidas fuera del centro principal:** se ofrecerá la posibilidad de solicitar envíos cuando la recogida y entrega se realicen en direcciones distintas a las consideradas en el contrato.

#### **Modalidades de Seguro:**

- Seguro opcional: como complemento al límite de responsabilidad de la LTM, en los envíos nacionales, se establece un seguro por el 8% sobre portes con un mínimo por expedición.
- Seguro valor declarado: existe además la posibilidad de contratar un seguro a todo riesgo.

**Gestión del DUA de Exportación:** gestión de Documento Único Aduanero para Canarias, Ceuta, Melilla, Andorra y Gibraltar.

#### **Canales de comercialización**

- *Online.*
- Red comercial.

\* Documento justificativo del carácter comunitario de la mercancía con destino a o procedente de una parte del territorio comunitario en la que no se apliquen las disposiciones de la Directiva 2006/112/CE.

## **B) Islas Marítimo**

Servicio más económico para envíos sin urgencia con destino a islas.

## CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO

### Ámbito

Islas Canarias, Azores y Madeira (recogida en península con entrega en islas e inversa).

### Plazos de entrega

Entrega entre 4 y 10 días del día siguiente laborable al de su admisión.

La gestión aduanera puede retrasar el servicio.

### Peso

- Peso real máximo: 40 kg.
- Peso volumétrico:
  - Se facturará aplicando una conversión de 167 para terrestre y 333 kg/m<sup>3</sup> para marítimo.
- Exceso de peso: Suplemento adicional de 25 euros en aquellos bultos cuyo peso supera el máximo permitido.

### Dimensiones

Los envíos deben cumplir la siguiente regla:  $L+A+A < 240$  cm, no pudiendo ser ninguna de estas medidas superior a 120 cm.

Suplemento adicional de 25 € en aquellos bultos que superen la suma de dimensiones máximas permitidas.

Suplemento adicional de 25 € por exceso de la dimensión máxima unitaria, aplicándose por cada fracción de 60 cm que supere la medida de 120 cm.

Los suplementos por exceso de suma de dimensiones y por exceso de dimensión unitaria son compatibles e independientes entre sí.

### Otras características

Se aplica cargo por combustible.

- LID: Localización Inmediata del Destinatario.
- Recogida a domicilio del remitente del envío.
- Gestión proactiva de incidencias: nos comunicamos con el destinatario en caso de incidencia.
- Segundo intento de entrega.
- Prueba de entrega web: disponible en la web [CorreosExpress.com](http://CorreosExpress.com)
- Seguro básico LTM incluido. Posibilidad de contratar Seguro Opcional Plus o Seguro a todo Riesgo.
- Multibulto.

(continúa en la página siguiente)

- Trazabilidad *online*.
- Avisos de paso electrónicos (SMS).
- T2LF\* para DUA de Exportación hacia o desde Canarias.

#### **Valores añadidos/Servicios adicionales**

**Reembolso:** el cobro del importe al destinatario se hará en efectivo, siendo el importe máximo a cobrar de 999,99 €. La devolución del importe se efectuará una vez realizada la entrega en un plazo de entre 4 y 6 días laborables mediante transferencia bancaria.

**Avisos vía SMS:** se confirmará la entrega o cualquier situación de los envíos en el mismo momento en el que se producen.

**Retorno de albarán cliente:** se devolverá el albarán de venta en papel firmado al remitente.

**Recogidas fuera del centro principal:** se ofrecerá la posibilidad de solicitar envíos cuando la recogida y entrega se realicen en direcciones distintas a las consideradas en el contrato.

#### **Modalidades de seguro:**

- Seguro opcional: como complemento al límite de responsabilidad de la LTM, en los envíos nacionales, se establece un seguro por el 8% sobre portes con un mínimo por expedición.
- Seguro valor declarado: existe además la posibilidad de contratar un seguro a todo riesgo.

**Gestión del DUA de Exportación:** gestión de Documento Único Aduanero para Canarias, Ceuta, Melilla, Andorra y Gibraltar.

#### **Canales de comercialización**

- *Online*.
- Red comercial.

\* Documento justificativo del carácter comunitario de la mercancía con destino a o procedente de una parte del territorio comunitario en la que no se apliquen las disposiciones de la Directiva 2006/112/CE.

**C) Islas Docs**

Envío urgente de documentación o paquetería con trámite aduanero realizado antes de la salida de destino.

Entrega garantizada en los 2 días laborables siguientes al de su admisión en Gran Canaria y Tenerife y 3 días laborables en el resto de las islas Canarias.

### CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO

**Ámbito**

Recogida en península, entrega en islas Canarias, y viceversa.

**Plazos de entrega**

D+1-2. Tenerife y Gran Canaria.

D+2-3. Resto de islas Canarias.

A lo largo del día.

**Peso**

- Peso real máximo: 40 kg.
- Peso volumétrico:
  - Se facturará aplicando una conversión de 167 para terrestre y 333 kg/m<sup>3</sup> para marítimo.
- Suplemento adicional de 25 euros en aquellos bultos cuyo peso supera el máximo permitido.

**Dimensiones**

Los envíos deben cumplir la siguiente regla:  $L + A + A < 240$  cm, no pudiendo ser ninguna de estas medidas superior a 120 cm.

Suplemento adicional de 25 € en aquellos bultos que superen la suma de dimensiones máximas permitidas.

Suplemento adicional de 25 € por exceso de la dimensión máxima unitaria, aplicándose por cada fracción de 60 cm que supere la medida de 120 cm.

Los suplementos por exceso de suma de dimensiones y por exceso de dimensión unitaria son compatibles e independientes entre sí.

**Otras características**

- Se aplica cargo por combustible.
- Entrega en oficinas.
- LID: Localización Inmediata del Destinatario.

(continúa en la página siguiente)

- Recogida a domicilio del remitente del envío.
- Gestión proactiva de incidencias: se comunicará con el destinatario en caso de incidencia.
- Segundo intento de entrega.
- Prueba de entrega web: disponible en la web [CorreosExpress.com](http://CorreosExpress.com)
- Seguro básico: envío nacional LTM.
- Multibulto.
- Trazabilidad *online*.
- Avisos de paso electrónicos (SMS).
- T2LF\* para DUA de Exportación hacia o desde Canarias.

#### **Valores añadidos/Servicios adicionales**

**Reembolso:** el cobro del importe al destinatario se hará en efectivo, siendo el importe máximo a cobrar de 999,99 €. La devolución del importe se efectuará una vez realizada la entrega en un plazo de entre 4 y 6 días laborables mediante transferencia bancaria.

**Avisos vía SMS:** se confirmará la entrega o cualquier situación de los envíos en el mismo momento en el que se producen.

**Retorno de albarán cliente:** se devolverá el albarán de venta en papel firmado al remitente.

**Recogidas fuera del centro principal:** se ofrecerá la posibilidad de solicitar envíos cuando la recogida y entrega se realicen en direcciones distintas a las consideradas en el contrato.

#### **Modalidades de seguro:**

- Seguro opcional: como complemento al límite de responsabilidad de la LTM, en los envíos nacionales, se establece un seguro por el 8% sobre portes con un mínimo por expedición.
- Seguro valor declarado: existe además la posibilidad de contratar un seguro a todo riesgo.

**Gestión del DUA de Exportación:** gestión de Documento Único Aduanero para Canarias, Ceuta, Melilla, Andorra y Gibraltar.

#### **Canales de Comercialización**

- Oficinas de Correos.
- *Online*.
- Red comercial.

\* Documento justificativo del carácter comunitario de la mercancía con destino a o procedente de una parte del territorio comunitario en la que no se apliquen las disposiciones de la Directiva 2006/112/CE.



## Valijas

### Valija bancaria

Servicio prestado con rutas fijas ida y vuelta con un embalaje tipo saca o bolsa.

Solo documentos en contenido.

### CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO

#### Ámbito

Entrega y recogida en todo el territorio peninsular e islas.

#### Plazos de entrega

D+1 en destinos de península e islas mayores.

D+2 en islas menores.

Entrega según acuerdo con cliente:

- Unitoque: entrega y recogida simultánea a acordar con cliente.
- Bitoque: entrega a primera hora de la mañana y recogida a medio día.

#### Peso

Según contenedor. Dentro de los límites generales de la Compañía (peso real máximo: 40 kg).

#### Dimensiones

Según contenedor. Dentro de los límites generales de la compañía ( $L+A+A < 240$  cm, no pudiendo ser ninguna de estas medidas superior a 120 cm).

#### Otras características

Identificación con número de envío único incluido en el visor de la valija o *packing list*.

#### Tipos de identificaciones:

- Ventanilla cara simple: no obliga a que la oficina y los servicios centrales tengan que dar la vuelta a la etiqueta, al incluir esta los dos domicilios, se identifica el origen y destino de la valija por el color del precinto.
- Ventanilla cara doble: obliga a que la oficina y los servicios centrales den la vuelta a la etiqueta.
- Etiquetas adhesivas con código de barras: las valijas procedentes de los clientes de Correos Express irán identificadas con una etiqueta en el visor de la valija. El código de barras de la etiqueta será escaneado en los tramos que indique opera-

(continúa en la página siguiente)

ciones, obligatorio en la entrega y recogida en las oficinas. La estructura de dicho código se explica en el principio de trazabilidad y seguimiento.

- Solo se admite una saca bajo la identificación de la valija. No hay subbultos. El paquete adicional es un producto diferente de valija.
- El sistema debe facilitar la consulta de un número que se repite a diario, en los casos que se acepte la trazabilidad.
- Embalaje definido y siempre el mismo.
- Trazabilidad *online*.
- Seguro básico de hasta 200 € en concepto de reconstrucción de documentos incluido.

#### **Valores añadidos/Servicios adicionales**

##### **Acompaña valija:**

Servicio de paquetería asociado a las valijas bancarias porque circulan por su circuito.

Entregado en el mismo destino que una valija.

##### **Peso**

- Peso real máximo: 40 kg.
- Peso volumétrico:
  - Para aquellos envíos en los que no tenga relación el peso con el tamaño, se aplicará el criterio (peso/volumen)/200 kg/m<sup>3</sup>.

##### **Dimensiones**

Los envíos deben cumplir la siguiente regla:  $L+A+A < 240$  cm, no pudiendo ser ninguna de estas medidas superior a 120 cm.

##### **Plazos de entrega**

Se entrega de forma simultánea a las valijas.

##### **Seguro**

Envíos cubiertos por seguro LTM.

##### **Canales de comercialización**

Red comercial.

### **Valija comercial**

Servicio prestado con periodicidad fijada establecida (ida y vuelta o solo ida) con cualquier embalaje, bolsa o paquete y con un cupo de kilos por trayecto.

## CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO

### Ámbito

Entrega y recogida en todo el territorio peninsular, Ceuta, Melilla e islas.

### Plazos de entrega

D+1 en destinos de península islas mayores.

D+2 en islas menores, Ceuta y Melilla.

### Recogida:

Horarios acordados con cliente.

Frecuencia en días 2, 3 o 5 días semanales según cliente (mínimo dos días/semana).

### Peso

Establecido en el acuerdo con el cliente, hasta un peso máximo de 10 kg por valija.

### Dimensiones

Largo + alto + ancho < 240 cm max. largo = 120 cm.

Embalaje definido y siempre el mismo.

### Otras características

- El precio es mensual e incluye un servicio recurrente entre dos puntos (siempre los mismos). Los excesos en peso o día de servicio se facturan aparte.
- La bolsa de valija o contenedor debe ser facilitada por el cliente, debiendo ser siempre el mismo modelo.
- Para destinos con gestión aduanera (caso de Canarias, Ceuta y Melilla) solo se admite documentación.
- La valija debe ser Monobulto.
- El servicio podrá ser bitoque (entrega por la mañana y recogida por la tarde) o unitoque (entrega y recogida a la vez).
- No se admiten paquetes adicionales a la valija.
- Trazabilidad *online*.
- Seguro básico LTM incluido.

### Canales de comercialización

Red comercial.

## Internacional

### A) Internacional Estándar

Servicio más económico puerta a puerta con cobertura europea.

Servicio económico diseñado para aquellos envíos de carácter menos urgente.

#### CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO

##### Ámbito

Europea.

Entrega: es de aplicación para una lista de países disponible en [www.correosexpress.com](http://www.correosexpress.com)

##### Plazos de entrega

Desde D+2 a D+6. Según destino y tipología de envíos (documentos o mercancía).

##### Peso

- Peso real máximo: 40 kg.
- Peso volumétrico:
  - Se facturará aplicando una conversión de 200 kg/m<sup>3</sup>.
- Exceso de peso: Suplemento adicional de 55 euros en aquellos bultos cuyo peso supera el máximo permitido.

##### Dimensiones

- Medidas máximas permitidas: 2×alto + 2×ancho + largo < 3 m, sin que la medida más larga sea superior a 200 cm

En caso contrario llevará un sobrecoste:

- Suplemento adicional de 55 € por exceso de la dimensión máxima unitaria, aplicándose por cada fracción de 60 cm que supere la medida de 200 cm.

##### Otras características

- Los envíos a países que no sean miembros de la Unión Europea deben ir acompañados de la factura original y dos copias, firmadas y selladas, redactadas en inglés o en el idioma oficial del país de destino. Se requerirá declaración de contenido.

\* Los suplementos por exceso de suma de dimensiones y por exceso de dimensión unitaria son compatibles e independientes entre sí.

(continúa en la página siguiente)

- Los envíos con destino a Grecia, Chipre y Malta, por motivos de seguridad en transporte aéreo, deben ir acompañados de una declaración de contenido.
- Envío monobulto.
- Recogida a domicilio del remitente del envío.
- Prueba de entrega web: disponible previa solicitud.
- Seguro:
  - LTM / Convención de Montreal / Convenio de Ginebra (**incluido en el porte**)
  - Seguro a todo riesgo: porcentaje de seguro 1,5% sobre el Valor Declarado con un mínimo de 3 € y una cobertura máxima de 3.000 €/expedición (**servicio opcional**).
- Trazabilidad *online*.

#### **Valores añadidos/Servicios adicionales**

**Seguro valor declarado:** posibilidad de contratar un seguro a todo riesgo.

**Gestión del DUA de Exportación:** gestión de Documento Único Aduanero.

#### **Canales de comercialización**

- Oficinas de Correos.
- *Online*.
- Red comercial.

### **B) Internacional Express**

Servicio aéreo urgente puerta a puerta con cobertura mundial.

La entrega de documentos y paquetes se realiza en cualquier parte del mundo, con óptimos tiempos de tránsito.

### **CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO**

#### **Ámbito**

Mundial.

Es de aplicación para una lista de países disponible en [www.correosexpress.com](http://www.correosexpress.com)

#### **Plazos de entrega**

Desde D+2 a D+6. Según destino y tipología de envíos (documentos o mercancía).

(continúa en la página siguiente)

**Peso**

- Peso: 40 kg y 65 kg por expedición.
- Peso volumétrico:
  - Se facturará aplicando una conversión de 200 kg/m<sup>3</sup>.
- Exceso de peso: Suplemento adicional de 55 euros en aquellos bultos cuyo peso supera el máximo permitido.

**Dimensiones**

- Medidas máximas permitidas:  $2 \times \text{alto} + 2 \times \text{ancho} + \text{largo} < 3 \text{ m}$  (la medida más larga no debe exceder los 200 cm).

En caso contrario llevará un sobrecoste.

- Suplemento adicional de 55 € por exceso de la dimensión máxima unitaria, aplicándose por cada fracción de 60 cm que supere la medida de 200 cm.

**Otras características**

- Los envíos a países que no sean miembros de la Unión Europea deben ir acompañados de la factura original y cuatro copias, firmadas y selladas, redactadas en inglés o en el idioma oficial del país de destino.
- Envío multibulto.
- Se aplica tasa de combustible.
- Recogida a domicilio del remitente del envío.
- Prueba de entrega web: disponible previa solicitud.
- Seguro:
  - LTM / Convención de Montreal / Convenio de Ginebra (**incluido en el porte**)
  - Seguro a todo riesgo: porcentaje de seguro 1,5% sobre el Valor Declarado con un mínimo de 3 € y una cobertura máxima de 3.000 €/expedición (**servicio opcional**).
- Trazabilidad *online*.

**Valores añadidos/Servicios adicionales**

**Seguro valor declarado:** existe además la posibilidad de contratar un seguro a todo riesgo.

**Gestión del DUA de exportación:** gestión de Documento Único Aduanero.

**Canales de comercialización**

- Oficinas de Correos.
- *Online*.
- Red comercial.

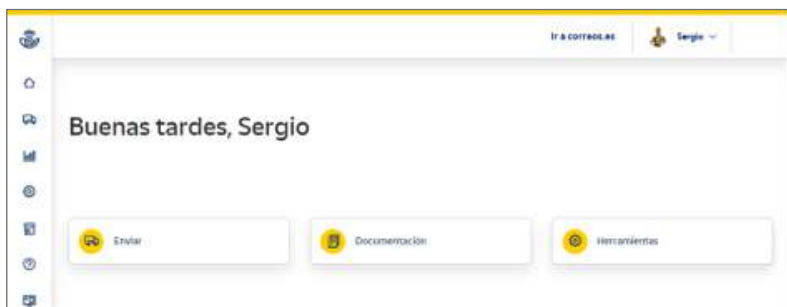
\* Los suplementos por exceso de suma de dimensiones y por exceso de dimensión unitaria son compatibles e independientes entre sí.”

## 3.4. Servicios e-commerce y Citypaq

### 3.4.1. Canales digitales de Correos

#### A) Mi Oficina

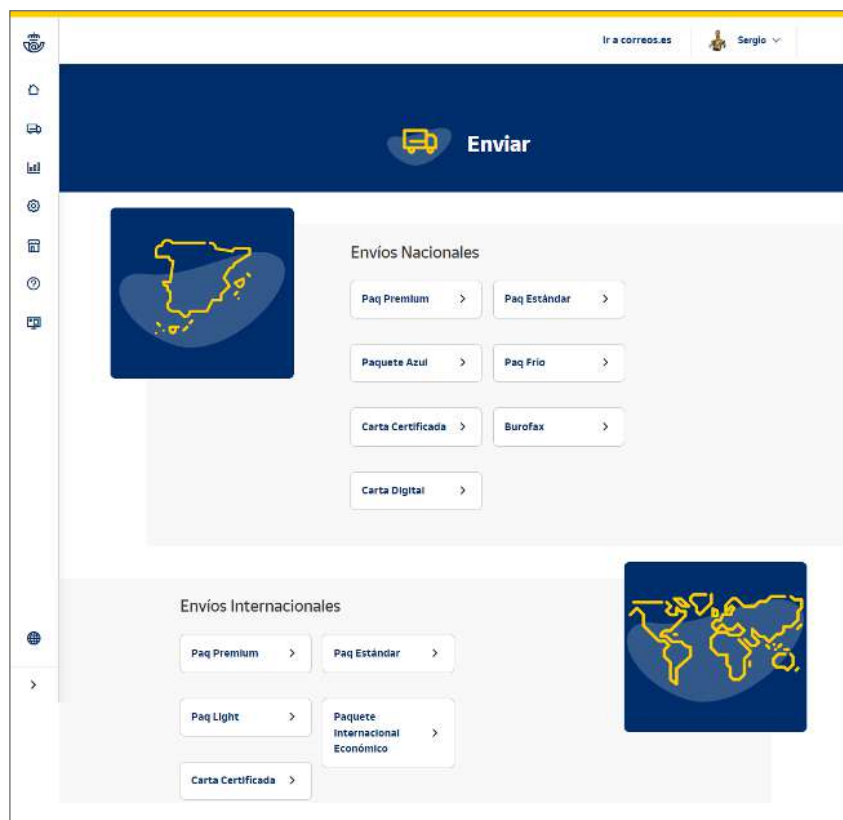
**Mi Oficina** es el área privada del cliente de Correos. Esta área privada se ubica en **correos.es** bajo la dirección web **mioficina.correos.es**.



Desde Mi Oficina se centralizan las acciones que hace el cliente de Correos tanto a nivel digital como físico. Busca ofrecer a todos nuestros clientes, tanto particulares como de contrato, la gestión con Correos *online*. El cliente puede realizar las gestiones en una Oficina de Correos, pero sin desplazarse a ella.

- **Particulares:** son aquellos clientes que no tengan ningún contrato con Correos.
- **Clientes con contrato o comerciales:** son aquellos que tienen una relación contractual con la compañía. Pueden realizar acciones y contratar productos exclusivos para ellos, como el pago con contrato, el envío de cartas certificadas o el Depósito de Albaranes *Online*.

**Página Enviar:** desde aquí se puede acceder a los envíos nacionales e internacionales disponibles para los clientes particulares:





También se puede acceder a las soluciones de temperatura controlada «Correos Frío» y la compra de material para los envíos de los clientes a través de la Tienda de Correos en Correos Market.

### Soluciones de transporte a temperatura controlada

**Correos Frío envíos puntuales**

Si necesitas hacer un envío puntual que requiera garantizar la cadena de frío, ahora con Correos tienes la posibilidad de contratar un servicio de transporte puerta a puerta en el que controlamos la temperatura de tu envío durante todo su recorrido.


[ENVÍA](#) [MÁS INFO >](#)

**Correos Frío para Empresas**

Nuestro nuevo servicio de transporte en el que controlamos a tiempo real la cadena de frío de tu envío y nos aseguramos de que el contenido llegue en perfecto estado.

[MÁS INFO >](#)


### Material para tu envío



**Comprar sellos**

Compra online sellos para tus envíos.

[COMPRAR >](#)



**Sobres y embalajes**

Compra online sobres y embalajes para tus envíos postales.

[COMPRAR >](#)

Además, en esta misma página, los usuarios que tengan un contrato activo vinculado podrán ver los productos asociados a su contrato:

### Tus envíos

[Paq Retorno](#)

[Paq Retorno Internacional](#)

[Postales](#)

[Notificaciones Administrativas](#)

[Notificaciones JD](#)

### Tus recogidas

[Solicitar Recogidas](#)

[Gestionar Recogidas](#)

### Albaranes y Depósitos

[Mii Albaranes](#)

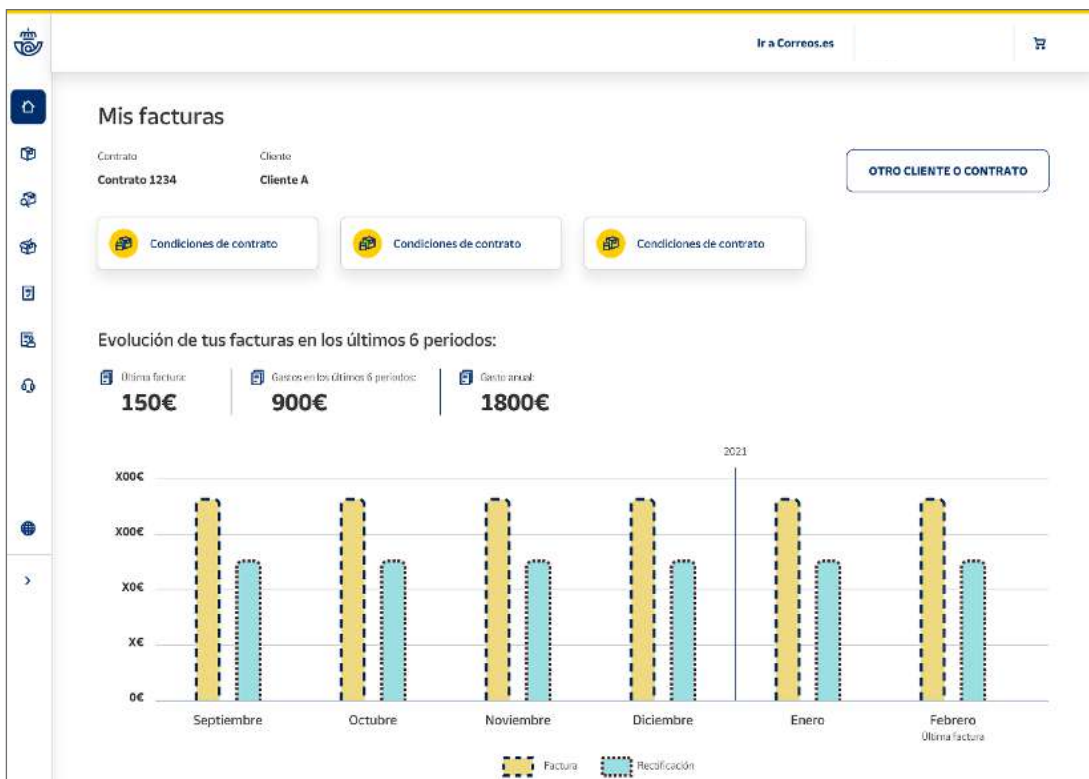
[Acceder a ADO](#)

### Cartas

[Carta Certificada Urgente Nacional](#)

### Telegramas

[Telegrama Nacional](#)



Por otro lado, en la sección de «Facturación y Envío», los usuarios que tengan el permiso de consulta de facturas podrán visualizar un *dashboard* con los consumos de los últimos 6 meses y el acceso a su contrato:

Pueden también acceder a una tabla con sus facturas más recientes y realizar acciones sobre ellas, como descargarlas o visualizarlas.

**Página de Herramientas:** los clientes también tienen acceso a una página en la que pueden ver todas las herramientas para sus envíos en un único sitio.

Pueden acceder a los diferentes localizadores, formularios de oficina, acceso a los movimientos de la Tarjeta Más Cerca, el Servicio Sin Esperas, la Cita Previa en Mi Oficina y Correos Modify.

Además, hay accesos exclusivos para los usuarios con contrato, como la Solicitud de Material para envíos, el Portal de Agentes Turísticos y el Listado de Subcontrataciones.

**Facturas de los últimos seis periodos (20)**

<input type="checkbox"/>	NP Cliente	Nombre cliente	NP Factura	Importe	Fecha de emisión	Fecha de vencimiento	Estado del cobro	Destinatario	Descarga	Acciones
<input type="checkbox"/>	8021.2223	Loren ipsum	12345678	150€	09/02/2021	12/01/2021	Pagada		✓	⋮
<input type="checkbox"/>	8021.2223	Loren ipsum	12345678	150€	09/02/2021	12/01/2021	Pagada		✓	⋮
<input type="checkbox"/>	8021.2223	Loren ipsum	12345678	150€	09/02/2021	12/01/2021	Pendiente		✓	⋮
<input type="checkbox"/>	8021.2223	Loren ipsum	12345678	150€	09/02/2021	12/01/2021	Pagada		✓	⋮
<input type="checkbox"/>	8021.2223	Loren ipsum	12345678	150€	09/02/2021	12/01/2021	Pagada		✓	⋮
<input type="checkbox"/>	8021.2223	Loren ipsum	12345678	150€	09/02/2021	12/01/2021	Pagada		✓	⋮
<input type="checkbox"/>	8021.2223	Loren ipsum	12345678	150€	09/02/2021	12/01/2021	Pagada		✓	⋮

1 2 3 ... 9 >

**Facturas pendientes de pago (13)** DESCARGAR LISTADO ↓

<input type="checkbox"/>	NP Cliente	Nombre cliente	NP Factura	Importe	Fecha de emisión	Fecha de vencimiento	Estado del cobro	Destinatario	Descarga	Acciones
<input type="checkbox"/>	8021.2223	Loren ipsum	12345678	150€	09/02/2021	12/01/2021	Pagada		✓	⋮
<input type="checkbox"/>	8021.2223	Loren ipsum	12345678	150€	09/02/2021	12/01/2021	Pagada		✓	⋮
<input type="checkbox"/>	8021.2223	Loren ipsum	12345678	150€	09/02/2021	12/01/2021	Pendiente		✓	⋮
<input type="checkbox"/>	8021.2223	Loren ipsum	12345678	150€	09/02/2021	12/01/2021	Pagada		✓	⋮
<input type="checkbox"/>	8021.2223	Loren ipsum	12345678	150€	09/02/2021	12/01/2021	Pagada		✓	⋮
<input type="checkbox"/>	8021.2223	Loren ipsum	12345678	150€	09/02/2021	12/01/2021	Pagada		✓	⋮
<input type="checkbox"/>	8021.2223	Loren ipsum	12345678	150€	09/02/2021	12/01/2021	Pagada		✓	⋮

1 2 3 ... 9 >

**HISTORIAL DE FACTURAS >**

ES A CORREOS | CORREOS

Inicio / Herramientas

## Herramientas

**Localiza tu envío**  
Introduce el código de envío asociado a tu paquete para conocer su estado.

**Localizador de envíos**  
Nº de seguimiento de envío\*  **BUSCAR**

**Otras opciones de búsqueda**

**Oficinas, buzones y Citypaq**  
Localiza la oficina, Citypaq o buzón de Correos que estás buscando.

**BUSCAR**

**Buscador de códigos postales**  
Introduce una calle, número y ciudad, o selecciona la dirección directamente desde las sugerencias.

**BUSCAR**

**Agiliza los trámites en tu oficina**

**Formulario online de envíos de oficina**  
Lleva tus paquetes, cartas y sobres a los buzones para enviar a tu oficina de Correos más cercana.

**ACCEDER**

**Mis Tarjetas**  
Consulta el saldo y movimientos de tu Tarjeta Más Cerca.

**BUSCAR**

**Servicio Sin Esperas**  
Accede al servicio sin esperas si tienes una Tarjeta Más Cerca con este servicio contratado.

**BUSCAR**

**Solicita tu Cita Previa**

**Cita Previa**  
Solicita cita antes de ir a una oficina. Te avisamos tiempo de espera!

**BUSCAR**

**Modifica o anula tu Cita Previa**  
Puedes modificar o anular tu cita en tan solo un momento.

**ACCEDER**

**Modifica tus entregas**

**Correos Modify**  
Modifica fácilmente la entrega de tu envío para ajustarla a tus necesidades en tiempo real.

**IR A CORREO MODIFY**

**Tus herramientas**

**Solicitar Materiales**

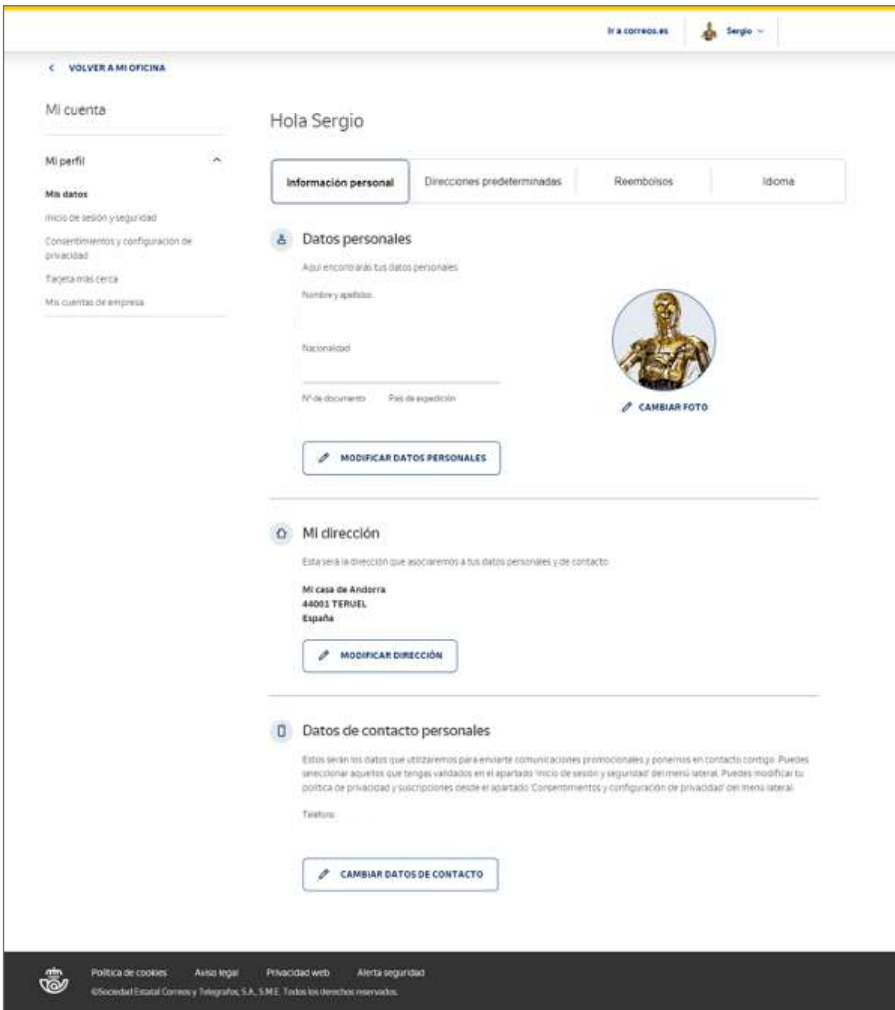
**Incidentes RENFE**

**Estado de Subcontrataciones**

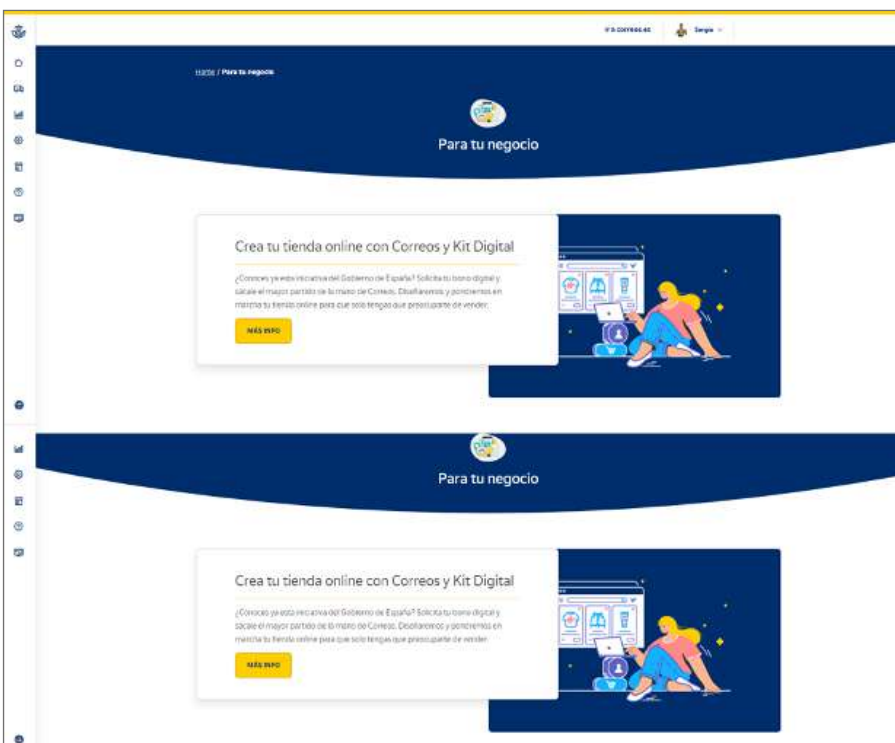
**Mis Remesas**

**Portal de Agentes Turísticos**

Política de Cookies | Aviso legal | Privacidad web | Alta seguridad  
© Sociedad Estatal Correos y Telégrafos, S.A., S.M.E. Todos los derechos reservados.



**Modificar sus datos de identidad:** el usuario también puede modificar sus datos de identidad, relacionadas con Correos ID:



Puede marcar sus preferencias en comunicaciones comerciales, encuestas, idiomas y métodos de acceso a la cuenta. Además, puede incluir una foto de perfil.

**Para tu negocio:** apartado destinado a mostrar los servicios que ofrecemos en Correos destinados a las empresas. De manera dinámica se va actualizando el contenido de esta página para que vaya acorde con los intereses de la compañía.

**Portal de ayuda:** Mi Oficina también cuenta con su propio **portal de ayuda**, que accede a los contenidos de ayuda propios de Mi Oficina además de unas FAQ útiles para el usuario:

Ir a correos.es Sergio

Inicio / Ayuda

**Ayuda**

**¿Necesitas ayuda?**

- GUÍAS DE AYUDA**  
Encuentra información sobre nuestros productos.
- LOCALIZA TU ENVÍO**  
Haz el seguimiento de tu envío en tiempo real.
- ENCUENTRA TU OFICINA MÁS CERCANA**  
Localizador de oficinas, buzones y Citypaq.
- FACTURACIÓN**  
Trata la información que necesitas acerca de tu facturación.
- DA DE ALTA TU RECLAMACIÓN**  
Rellenar los datos necesarios para que tu reclamación sea procesada.
- DA DE ALTA TU INCIDENCIA**  
Para incidencias de ámbito nacional o internacional.

**Preguntas frecuentes**

- ¿Qué es Mi Oficina?
- ¿Qué es una cuenta de empresa?
- ¿Dónde está Mi Tarjeta Más Cerca?
- ¿Cómo puedo ver mis Justificantes de Pago?
- ¿Dónde puedo realizar mis envíos?

**¿Necesitas ayuda?**

Ponte en contacto con nuestro servicio de Atención al Cliente

- Solicita más información**  
Solicita más información rellenando el formulario de este enlace.
- En nuestras oficinas**  
Si deseas atención presencial, acércate a una de nuestras oficinas.
- 915 197 197**  
De Lunes a Viernes de 9:00 h a 20:00 h y Sábados de 9:00 h a 19:00 h.
- Guías y ayuda**  
Página de soporte para resolver dudas.

Política de cookies Aviso legal Privacidad web Ayuda seguridad  
©Sociedad Estatal Correos y Telégrafos, S.A., S.M.E. Todos los derechos reservados.

## B) App Correos

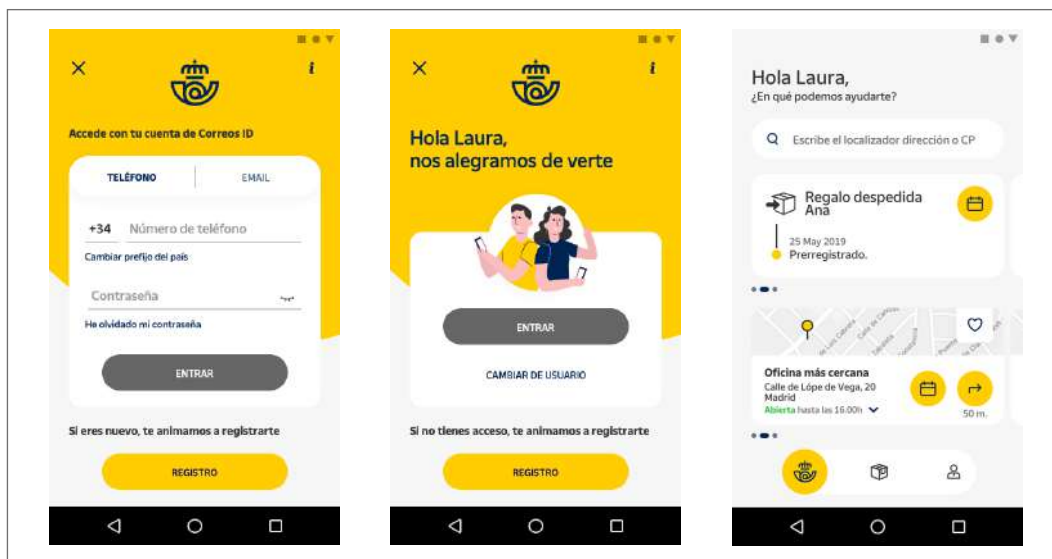
La app de Correos permite al usuario realizar gestiones con Correos a través de su móvil. Nuestro objetivo es trasladar la experiencia del cliente de las oficinas al mundo *online* y facilitar las gestiones con Correos.

Las principales funcionalidades que permite la app son: localizar un envío para conocer su estado, localizar Oficinas, Citypaqs o buzones, Trámites Aduaneros, Enviar un paquete, Paqbook (el wallet de tus envíos), Formulario *Online*, entre otras.

La app ofrece una experiencia personalizada, permitiendo su uso sin estar registrado (con menos funcionalidades) o bien si nuestros clientes buscan una experiencia completa, tendrán que registrarse para acceder a todas las funcionalidades que le ofrece la app.

La app también permite solicitar una cita previa, enviar un paquete, añadir una Tarjeta Más Cerca y consultar los envíos realizados a través de la app.



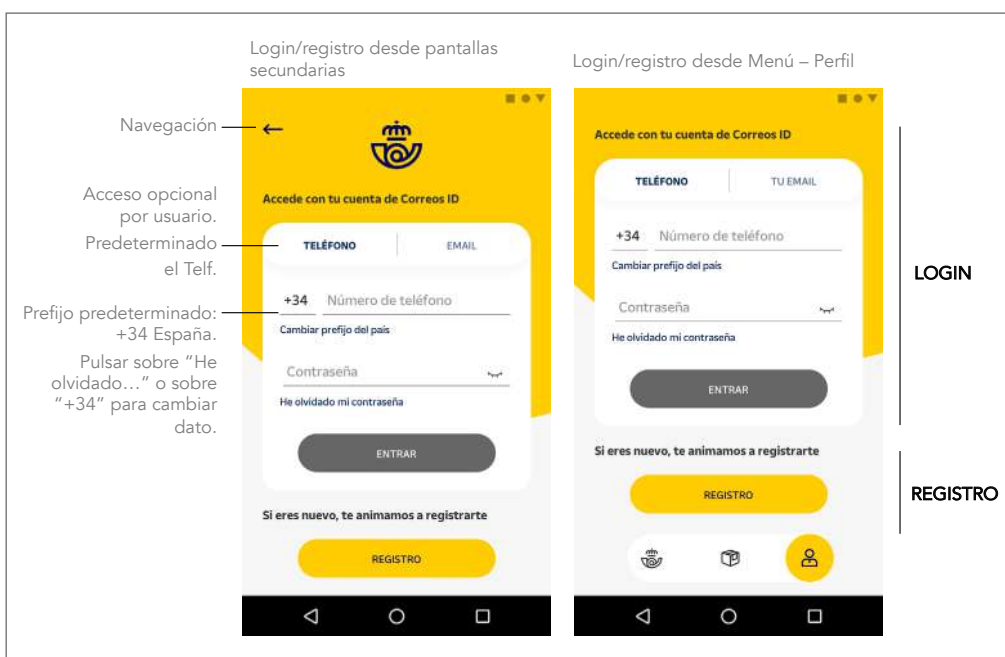


### Registro en la app de Correos con Correos ID

El registro en la app de Correos con Correos ID, que es gratuito, permite al usuario disponer de ciertas funcionalidades del servicio que ofrece Correos a través de su app.

Correos ID es el *single sign on* de Correos, común a todos los servicios digitales que ofrece Correos. El usuario que desee registrarse en la app de Correos acepta todos y cada uno de los Términos y Condiciones así como la Política de Protección de datos de Correos ID vigentes en ese momento.

Si el usuario no está registrado en Correos ID, debe suministrar su nombre, primer apellido, teléfono, dirección de correo electrónico y una contraseña. El teléfono móvil será validado en el momento del registro mediante un código enviado por SMS a ese teléfono, que el usuario tendrá que introducir.



Si el usuario ya está registrado en Correos ID, la primera vez que haga *login* tendrá que verificar el teléfono —si no lo tiene verificado previamente— a través del procedimiento mencionado en el párrafo anterior y aceptar las condiciones vigentes de la app de Correos.

Si el usuario se ha registrado a través del móvil o ha hecho *login* a través del *e-mail* porque ya estaba previamente registrado en Correos ID, tendrá la posibilidad de activar las notificaciones *push*, que se describirán a lo largo del documento.

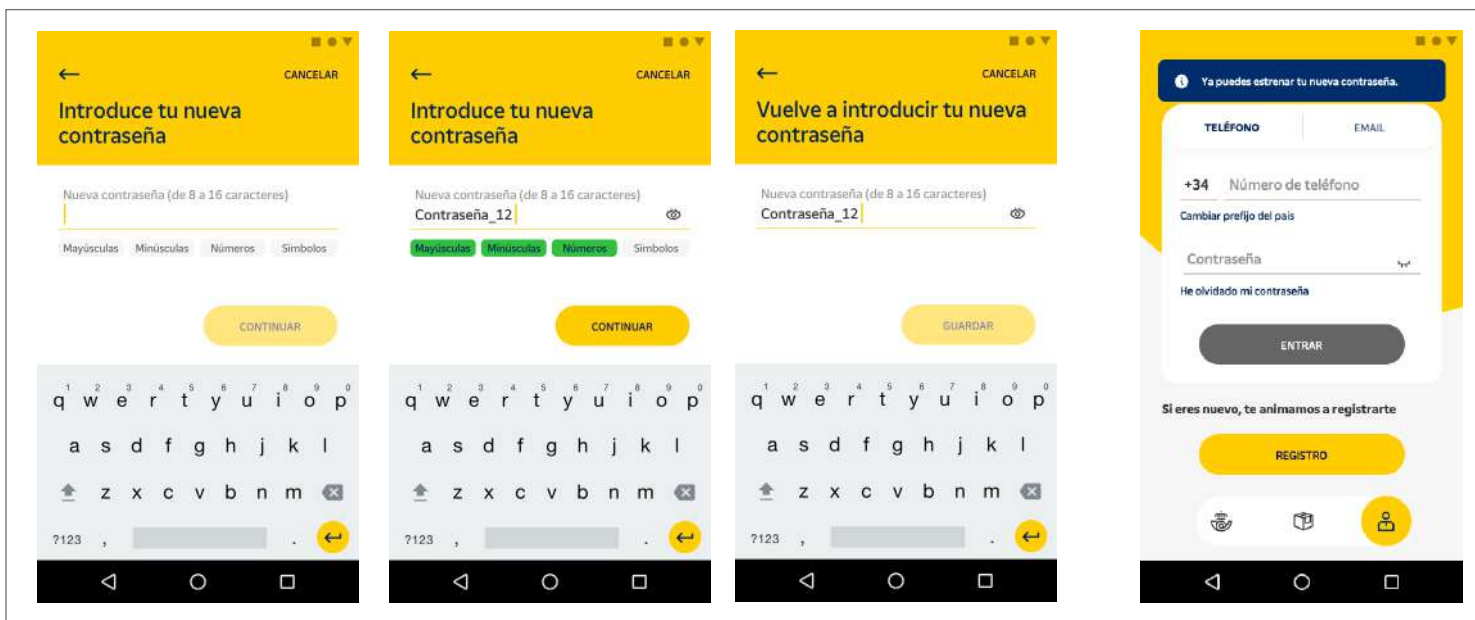
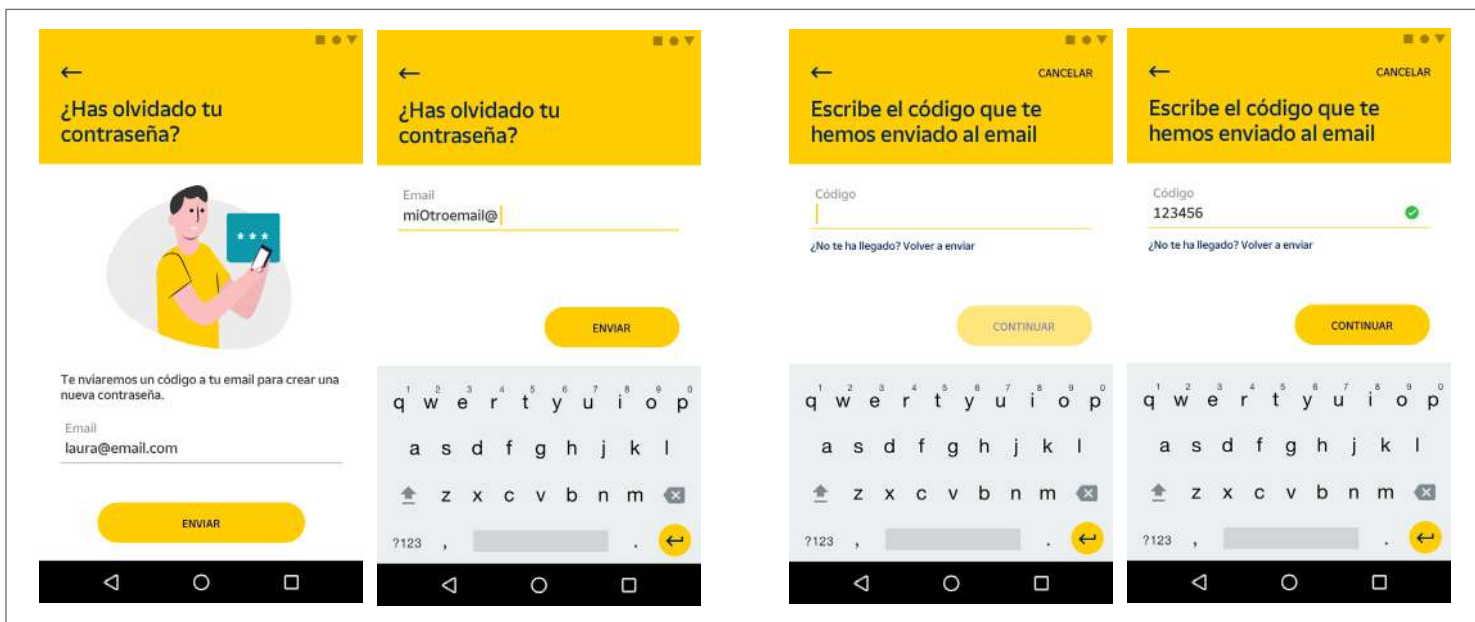
## Login en la app de Correos con Correos ID

Una vez que el usuario se haya registrado en la app de Correos, podrá acceder a la aplicación con su *e-mail* o teléfono —siempre que estén validados— y contraseña.

Validación del teléfono móvil: envío de un SMS con un código que el usuario deberá introducir en la aplicación para validarlo.

Validación del correo electrónico: envío de un *e-mail* con un código que el usuario deberá copiar e introducir en la aplicación para validarlo.

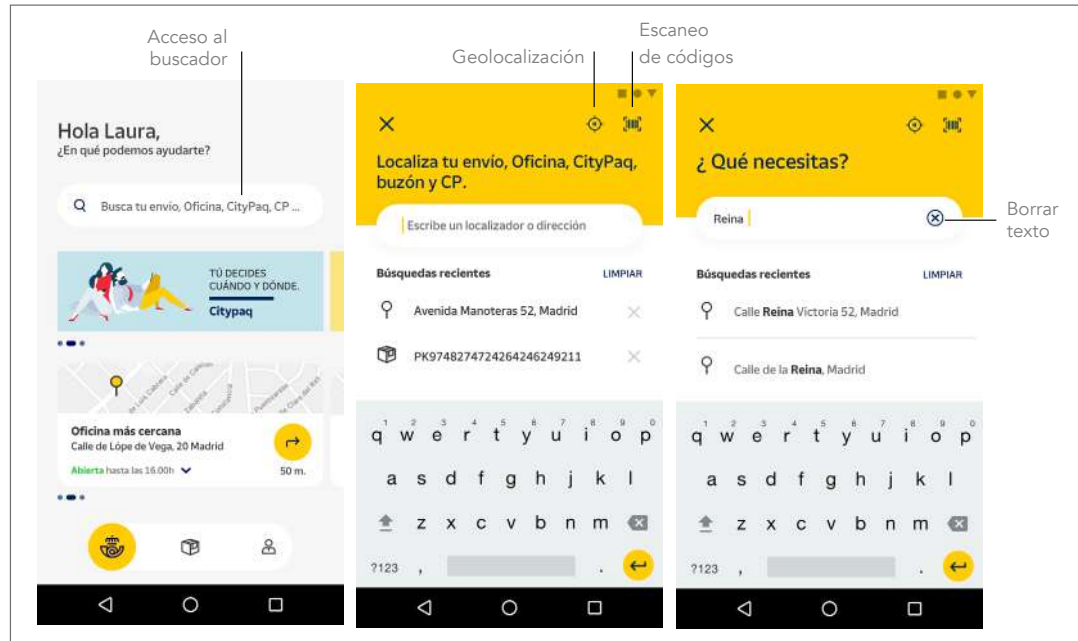
Esta validación solo será necesaria la primera vez que el usuario entre en la app.



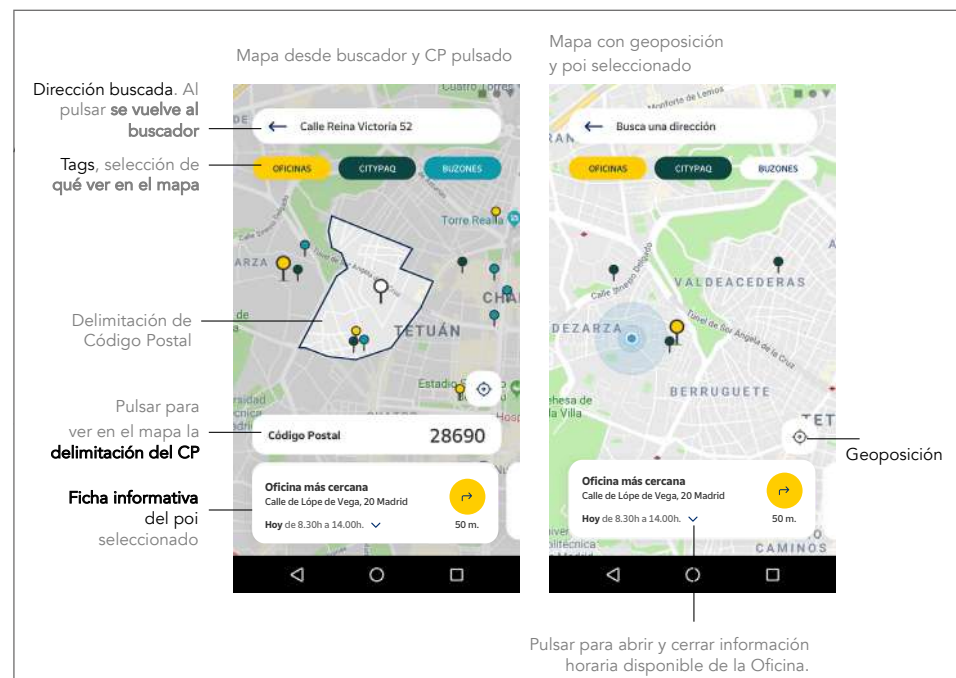


**Funcionalidades sin necesidad de registro/login:**

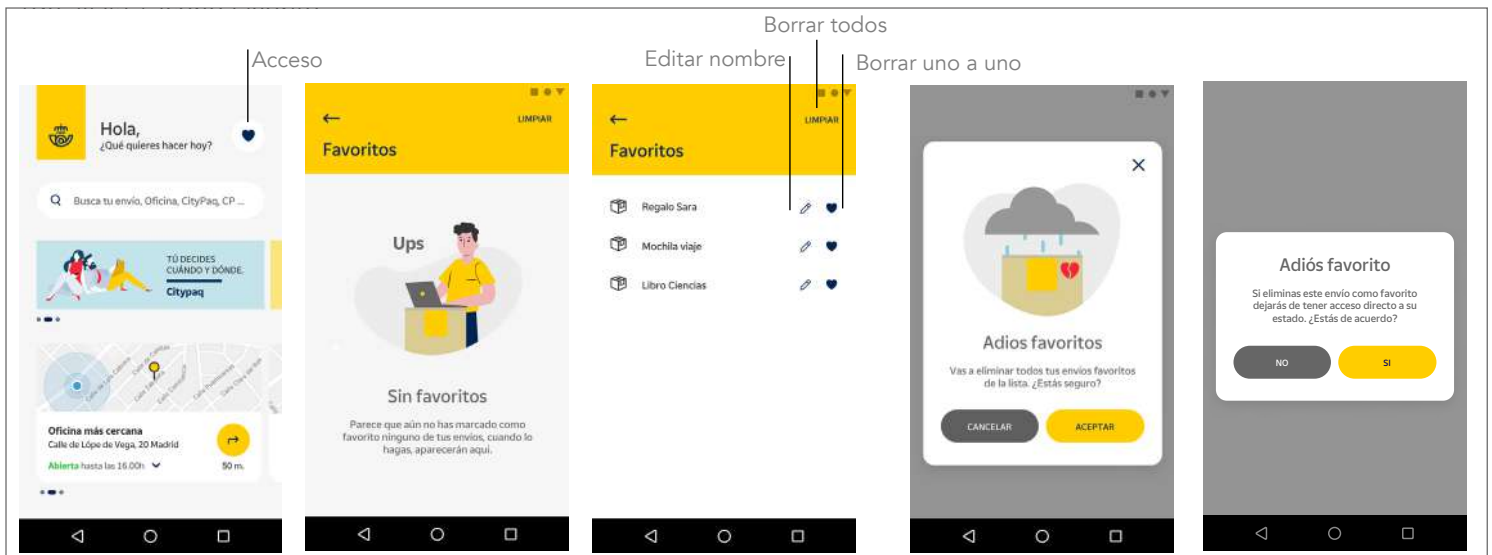
- Localizador de Oficinas, buzones y Citypaq; se podrá conocer la calle en la que se encuentra la oficina, buzón y Citypaq, junto con un botón de cómo llegar, el horario de apertura de la oficina, si es una oficina rural o no, si es un Citypaq privado o público.



- Búsquedas a través del mapa de la aplicación, así como consultas de oficinas, Citypaq y buzones. Conocer el estado de su envío introduciendo el código de seguimiento en el buscador de la aplicación y a través de notificaciones *push*, si previamente las ha aceptado.



- Guardar los envíos como favoritos pinchando en el icono del corazón que encontrará en la app.



### Funcionalidades que requieren registro/login

Servicios limitados a usuarios registrados de la aplicación de Correos.

- **Enviar un Burofax**

A través de la app de Correos, el cliente podrá contratar el servicio de burofax *online*, con el mismo valor legal y características que uno tradicional.

Para facilitar la gestión y una vez cumplimentados los datos de remitente y destinatario, se puede adjuntar de forma automática un documento en formato PDF.

1. Prueba de entrega electrónica:

Es un justificante certificado de la entrega del envío, en el que constan los datos de la entrega y la firma del receptor. El usuario podrá consultar el justificante que ha emitido el documento desde el histórico de la app. Servicio con coste adicional indicado en la app del usuario.

2. Características del documento adjunto:

Solo se admite formato PDF.

Las páginas del PDF deben ser igual o inferior a tamaño DIN A4.

El archivo no debe tener ningún mecanismo de seguridad, es decir, no debe estar cifrado ni requerir de una contraseña para su lectura.

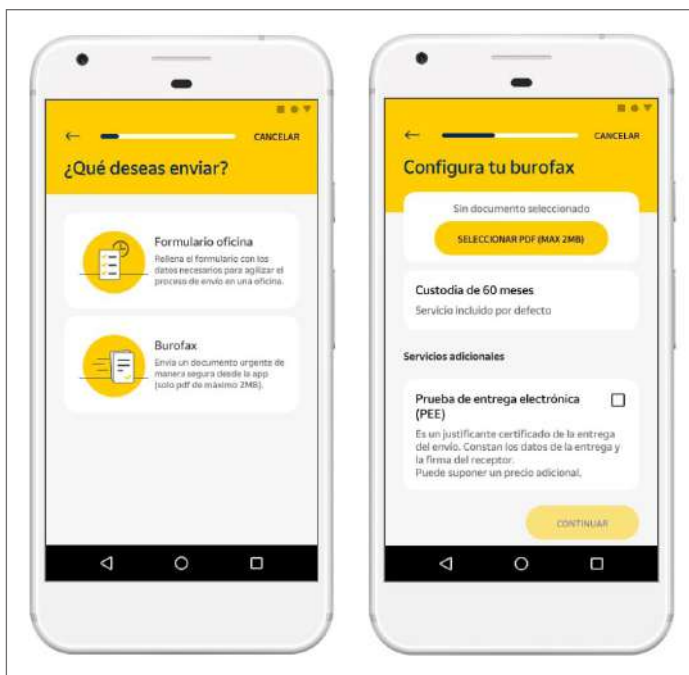
3. El burofax será entregado en la dirección indicada cuando se solicita el servicio, sin posibilidad de modificarlo una vez formalizado a través del pago del servicio.

4. El incumplimiento de los plazos y forma habituales de pago de las facturas, y en general, cualquier otro incumplimiento de las condiciones pactadas en el presente acuerdo, dará derecho a Correos a la **resolución** automática del mismo sin preaviso ni contraprestación o indemnización alguna.

5. Si la demora en la entrega fuera imputable a Correos, Correos devolverá al cliente la tarifa correspondiente al Burofax sin incluir los valores añadidos.

### Glosario

**Resolución:** Aquella mediante la cual un contrato o una prestación de un servicio se deja sin efecto, bien por voluntad de las partes o bien por decisión judicial a instancias de una de las partes.



6. La admisión del Burofax estará condicionada y supe-  
ditada a:

- La previa cumplimentación de los requisitos que el propio sistema exija durante el proceso.
- La aceptación por el cliente del contenido del documento PDF que se incorporará al envío tras mostrárselo el sistema.
- La aceptación que se incorporará al Burofax tras mostrárselo el sistema.
- La aceptación de la transacción de pago por la entidad bancaria.

7. La prestación del servicio de Burofax se iniciará desde el momento en que la entidad bancaria acepte la transacción de pago ordenada por el cliente.

8. El cliente garantiza que ostenta la titularidad, legitimidad, derechos o autorizaciones precisos para utilizar

e incorporar los datos de la comunicación, incluidos los personales de terceros: textos, gráficos, imágenes, firmas, símbolos, marcas, símbolos identificativos, denominaciones, nombres comerciales o cualquier otro elemento de análoga naturaleza.

9. El burofax contratado podrá ser visualizado por el usuario emisor del mismo a través de la app en el apartado de «Histórico» dentro de envíos.
10. Si el usuario contrata el servicio adicional PEE (Prueba de Entrega Electrónica), podrá consultarla en el apartado mencionado antes.
11. Con ocasión del incumplimiento por parte del cliente de cualquiera de las obligaciones anteriores, este se obliga a mantener indemne a Correos por cualquiera de los conceptos anteriormente indicados.

#### • Cita previa

A través de la app de Correos, el usuario podrá reservar una cita de forma gratuita en alguna de las oficinas de Correos que incluyen esta funcionalidad.

1. El usuario podrá seleccionar **una franja horaria de un día específico para pedir una cita** en aquella oficina que tenga disponible dicha opción.
2. El usuario recibirá un código generado a través de la app que deberá introducir en el dispensador de la oficina en el momento y hora de la cita.
3. Se debe introducir el código de 9 dígitos generado a través de la app en el dispensador de la oficina para poder formalizar la cita y realizar cualquier gestión en la oficina (por ejemplo, Código AA11BB222).
4. Correos no se hace responsable de la oferta de servicio dispuesta por cada oficina.
5. Correos no se hace responsable de los errores en horarios de citas, cambios de horarios, retrasos, nulidad u omisión de información correspondiente.

### • Formulario Oficina

A través de la app de Correos, el usuario podrá rellenar un formulario predefinido en la app para agilizar el proceso de envío de paquetes, cartas y burofax en una oficina de forma gratuita.

Una vez cumplimentados todos los campos definidos como obligatorios en la app, se generará un código de barras que deberá presentar en una oficina de Correos para enviar su paquete, carta o burofax.

Si en 15 días hábiles el usuario no se presenta con el código de barras del envío en una oficina de Correos, el código caducará y será necesario cumplimentar un nuevo formulario.

El usuario no podrá editar ni modificar los datos de remitente ni destinatario una vez que haya generado el código de barras del envío. Para cualquier modificación deberá reiniciar el proceso y rellenar un nuevo formulario que genere un nuevo código de barras del envío.

### • Códigos para tramitar

En esta sección aparecerán los formularios y los envíos de paquetes generados a través de la app.

A través de la aplicación, el usuario podrá consultar los códigos de barras de todos los formularios de oficina y envíos que haya generado.

1. En la sección aparecerán dos listados con todos los formularios y envíos generados, la fecha en que caducarán y el estado en que se encuentra cada uno. Los estados serán: «en curso» o «caducados».

2. Un formulario para oficina aparecerá como en curso si no han pasado los 15 días hábiles de caducidad del código. Pasados los 15 días, el formulario aparecerá como caducado y no se podrá utilizar.

Un envío de un paquete generado a través de la app aparecerá en «códigos para tramitar» hasta el momento en el que el usuario tramite el envío en una oficina.

Si el usuario no tramitase nunca el envío, a los 3 meses aparecerá como caducado dentro de esta misma sección.

3. El usuario podrá acceder al detalle de cada formulario del listado pulsando sobre él. Al acceder, aparecerá un código de barras que presentará en la oficina para agilizar el trámite del envío.

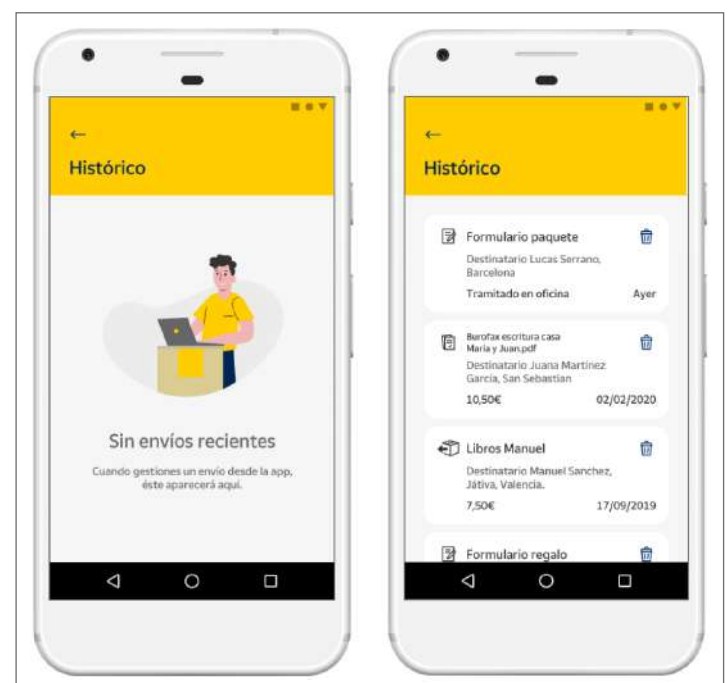
El usuario podrá acceder al detalle de cada envío del listado pulsando sobre él.

Al acceder, aparecerá un código de barras que presentará en la oficina para agilizar el trámite del envío. Aparecerá también el *ticket* y el resumen del envío, el remitente y el destinatario.

4. El usuario también podrá reutilizar el formulario de oficina caducado desde el detalle, pulsando en «Reutilizar». Entonces, continuará con el proceso para crear un nuevo formulario de oficina que se volverá a guardar en esta sección con un código de barras nuevo.

## Glosario

**Check:** Término inglés para nombrar al control o inspección.



5. El usuario podrá añadir un alias a su formulario y envío para identificarlo directamente.
6. Si el usuario no tuviera ningún formulario o envío de oficina realizado, aparecerá una pantalla con un mensaje en este sentido.

• **Histórico**

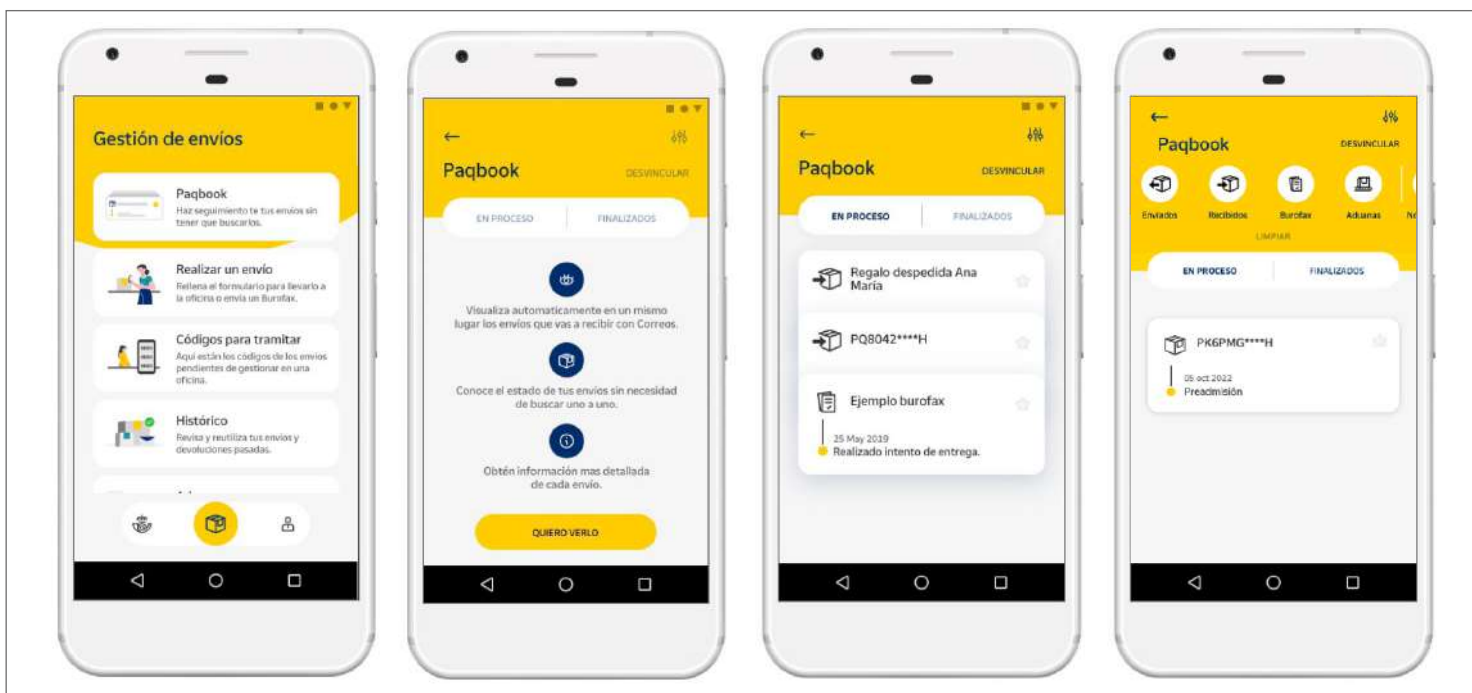
A través de la app, el usuario podrá consultar todos los envíos generados o tramitados en los que actúa como remitente.

1. Los envíos que aparecerán en «histórico» son los de burofax y paquetería. Incluirán la fecha en la que se generó cada uno.
2. El usuario podrá acceder al detalle de cada uno pulsando en él. Al acceder aparecerán todos los datos del envío, la posibilidad de copiar el código y la posibilidad de añadir o editar el alias.
3. En el caso del burofax, también se podrá visualizar el *ticket* del pago, el PDF que se había adjuntado y la PEE (Prueba de Entrega Electrónica) si ha sido marcada por el usuario.
4. El usuario podrá borrar cualquier burofax del listado.
5. Si el usuario no ha tramitado ningún burofax o envío, en la sección de histórico aparecerá una pantalla con un mensaje que indicará que no hay nada.

• **Paqbook**

1. En esta sección, el usuario podrá acceder a todos los envíos en los que sea destinatario o remitente, estén estos en curso o hayan sido entregados en los últimos 20 días. Aparecerán en dos listados «En proceso» para los envíos en curso y «Finalizados» para los envíos entregados.

En el caso del envío de un paquete, el usuario podrá consultar el *ticket* de pago y el resumen del envío.



2. Los envíos que se muestran son los asociados al usuario y teléfono móvil con el que el usuario inicia sesión en la aplicación. Si el usuario no tiene ningún envío, no aparecerá ninguno en la sección.
3. El usuario siempre podrá desvincular los envíos de su número de teléfono a través del botón «Desvincular» para eliminar los envíos de la sección Paqbook si no quisiera tener acceso a ellos.

- **Tarjeta Más Cerca**

El usuario podrá añadir la Tarjeta Más Cerca de Correos de forma gratuita si dispone de una. Tener la tarjeta introducida en el perfil de la app de Correos permitirá al usuario no tener que llevar físicamente la tarjeta a la oficina, ya que con solo mostrarla desde la app será escaneada en la oficina.

1. Lo podrá hacer de dos formas:
  - a) Si acepta los permisos de la cámara, podrá añadirla escaneando el código de barras que aparece en la tarjeta. Los datos se completarán automáticamente sin necesidad de que el usuario los vaya introduciendo uno a uno.
  - b) Si no acepta los permisos de la cámara o si así lo prefiere, podrá añadir la tarjeta introduciendo los datos manualmente. Los datos solicitados serán: nombre y apellidos y número de la tarjeta.
2. Si el número de teléfono de la tarjeta coincide con el número de teléfono del usuario que ha iniciado sesión en la app, se enviará un SMS con un código de seguridad al teléfono móvil del usuario que ha iniciado sesión. El usuario deberá introducir este código en la app.
3. Si el número de teléfono de la tarjeta no coincide con el número de teléfono del usuario que ha iniciado sesión en la app, el usuario deberá acudir a una oficina para modificar el número de teléfono y así poder añadir posteriormente la tarjeta a la aplicación.
4. Si el usuario no tuviera introducida o no dispusiera de la Tarjeta Más Cerca de Correos, podrá conocer más información sobre la tarjeta y cómo obtenerla pulsando en el botón «Quiero saber más», pero no podrá solicitar una tarjeta a través de la aplicación. El usuario también podrá eliminar su tarjeta y añadir otra si así lo desea.

- **Aduanas**

A través de la app de Correos, el usuario destinatario de un envío podrá realizar la tramitación aduanera de determinados envíos importados.

1. Los envíos cuya tramitación aduanera puede realizarse a través de la aplicación serán aquellos que sean importados, cuyo valor intrínseco sea de hasta 150 € y no estén sujetos a impuestos especiales ni a trámites paraduaneiros. Para todos aquellos envíos que no cumplan estas condiciones o a los que les falte algún tipo de documentación, la tramitación aduanera podrá ser realizada a través de la web





<https://www.adtpostales.com/> y el usuario dejará de navegar en la app para realizar el trámite aduanero desde dicha web.

2. En los envíos a los que se les asigne el estado «En reparto» no será posible la realización del trámite aduanero a través de la app de Correos ni a través de la web <https://www.adtpostales.com/>.
3. El usuario podrá acceder a la realización del trámite aduanero de su envío a través de la «sección de aduanas» de la app, mediante el buscador de la app introduciendo su número de seguimiento en el localizador.
4. La «sección de aduanas» de la app estará dividida en 3 partes: Nuevo trámite aduanero, Histórico de aduanas y Cómo funciona aduanas.

- **Nuevo trámite aduanero:** para gestionar la tramitación aduanera de cualquier envío de importación de hasta 150 € no sujeto a impuestos especiales ni a trámites para aduaneros, y siempre que no sea necesario incluir documentación adicional. En el caso de que el envío no cumpla estas condiciones, la tramitación aduanera de ese tipo de envío no puede realizarse a través de la app. En la app de Correos dispondrá de información del sitio web en que lo podrá realizar si así lo desea.

- **Histórico de aduanas:** donde el usuario podrá consultar todos los trámites que ha realizado a través de la app. El usuario podrá consultar los datos del envío, la fecha de la tramitación aduanera, los datos de remitente y destinatario y la factura del pago. Podrá añadir un alias a su envío.

- **Cómo funciona la aduana:** se trata de una infografía con información relativa al funcionamiento de la aduana.

5. Existirá una pantalla de seguridad en aquellos casos en los que el número asociado al envío no corresponda con el número del usuario con la que ha hecho *login* en la app de Correos que va a realizar el trámite. Si no coincide, no podrá realizar el trámite. En la pantalla de seguridad, el usuario deberá rellenar los campos (nombre, apellidos, código postal y teléfono) para poder proceder a realizar el trámite.
6. Durante la realización del trámite aduanero a través de la app, si el usuario lo considera necesario, podrá modificar los campos del destinatario del envío, excepto el correspondiente a la dirección. Dicha modificación solo tendrá efectos en relación con la facturación del servicio y no afectará a los datos del envío ni al reparto de este.
7. Realizados los trámites aduaneros y finalizado el pago del impuesto correspondiente y de los gastos de gestión de Correos, el usuario podrá consultar el *ticket* del pago.
8. El usuario podrá acceder al detalle del envío si introduce un código de envío en el buscador que ya haya sido tramitado a través de la web de Correos o desde la app.

- **Envío sencillo**

A través de la app de Correos, el usuario podrá gestionar el envío de un paquete en un sobre, una caja o un tubo desde la aplicación y acudir a una oficina para depositar su paquete y enviarlo. El destinatario de dicho envío podrá recoger el paquete en un domicilio, oficina o Citypaq.



- **Precios y formas de pago**

El pago de cualquier servicio a través de la app solo podrá realizarse *online*, a través de tarjeta bancaria.

Actualmente, los pagos por servicio ofrecido en la aplicación son el envío de burofax, el envío de un paquete y la realización de trámites aduaneros.

El pago del producto implica la conformidad con el precio ofertado y con las condiciones de venta vigentes en ese momento. Una vez formalizado el pedido, se entenderá **perfeccionada la compra** de pleno derecho, con todas las garantías legales que amparan al consumidor adquirente. Desde ese instante los precios y condiciones tendrán carácter contractual, y no podrán ser modificados sin el expreso acuerdo de ambos contratantes. La cita previa es un servicio gratuito que ofrece Correos a través de su app.

- **Notificaciones *push***

Durante el registro o accediendo proactivamente a la sección de notificaciones en la app, si el usuario ya está registrado, este podrá activar dos tipos de notificaciones: las relacionadas con el estado del servicio de envíos que el usuario tiene pendientes de recibir y las notificaciones comerciales.

- **Suscripción a las notificaciones *push* sobre el estado de los envíos asociadas a un número de teléfono**

El usuario podrá activar el servicio de notificaciones *push* para conocer el estado de los envíos que tenga asociados a un teléfono móvil. A través de la app se le mantendrá informado sobre los diferentes estados en los que se encuentran sus envíos, avisos y reservas de cita previa. Se le informará de la misma forma que Correos informa a los clientes: a través de SMS o *e-mail*.

Si el usuario acepta suscribirse a este servicio de la app, recibirá toda la información relacionada con sus envíos a través de la app de Correos y dejará de recibir comunicaciones por SMS o correo electrónico.

El usuario podrá guardar como favoritos en la propia app los envíos sobre los que le llegue información y podrá poner un alias para identificarlos de una forma más rápida. Toda esta información será almacenada en el «Buzón de notificaciones» de la app para que el usuario siempre tenga acceso a ellas.

- **Suscripción a las notificaciones *push* comerciales**

El usuario podrá activar las notificaciones *push* comerciales para conocer descuentos, promociones, nuevos lanzamientos y otras informaciones comerciales de Correos.

El usuario podrá desactivar este servicio de notificaciones en cualquier momento desde la app —en la configuración de notificaciones— y automáticamente comenzará a recibir comunicaciones vía *e-mail* (si se dispone de la dirección de correo electrónico del usuario) o vía SMS.

- **Gestión de notificaciones**

El usuario podrá gestionar las notificaciones de la app desde su perfil, de la forma siguiente:

## Glosario

### Perfeccionar la compra:

Perfeccionar una compra o cualquier contrato es el momento en el que este inicia su existencia, validez y vigencia, siendo vinculante desde ese instante para las partes que lo han suscrito.

## Glosario

**Banner:** Un *banner* es una **pieza de publicidad digital que combina imágenes, texto y en ocasiones sonido y elementos interactivos**, que se introduce en páginas web para dar visibilidad a una marca, empresa o campaña. Normalmente, el objetivo de un *banner* es que el usuario haga clic en él para dirigirlo a una página promocional.

Las notificaciones, incluyendo las relativas a cambios de las condiciones generales de uso, podrán ser enviadas por varios canales:

- A través de la app si el usuario ha aceptado el envío de notificaciones *push*.
- A través de SMS o correo electrónico, si el usuario solo ha aceptado el envío de notificaciones, pero NO las notificaciones *push*.

Las notificaciones *push* a través de la app pueden ser desactivadas por completo.

Si las notificaciones están desactivadas, podrán ser activadas en la pestaña «Notificaciones».

Si las notificaciones de la aplicación de Correos están desactivadas en los ajustes de notificación del teléfono móvil, el usuario no recibirá ninguna notificación.

### – Geolocalización

El usuario deberá dar su consentimiento para activar la geolocalización del terminal desde el que usa la aplicación. Esto le permite encontrar buzones, oficinas y Citypaq cercanas a su ubicación.

El usuario podrá desactivar la función de geolocalización en cualquier momento a través de los ajustes de su teléfono.

Si el usuario no otorga su consentimiento, no podrá hacer uso de la funcionalidad expuesta.

### – Información comercial, ofertas y promociones

- La app podrá incluir información comercial, ofertas o promociones en productos seleccionados tanto de Correos como de otras empresas del grupo Correos o de terceros. Estas ofertas o promociones tendrán una duración limitada.
- Para que los usuarios puedan beneficiarse de dichas ofertas o promociones, a veces será necesario un registro previo en la app de Correos para acceder a la información correspondiente. Los usuarios deben cumplir con los términos y condiciones de cada oferta o promoción para poder participar en ella, y para que le sea de aplicación cualquier cantidad, cupón, regalo, sorteo u otros.
- Los **banners**, enlaces e **hipertexto** que permitan acceder a información comercial, ofertas o promociones, prestaciones o servicios ofrecidos por otras empresas del grupo Correos o por terceros, no pertenecen ni se encuentran bajo el control de Correos. Por ello, Correos no se hace responsable ni de la información que contienen ni de cualesquiera efectos que pudieran derivarse de dicha información o registros pertinentes.

## Glosario

**Hipertexto:** El hipertexto es un concepto asociado a la informática. Hace referencia al sistema que permite enlazar fragmentos de textos entre sí, lo que permite al usuario acceder a la información a través de los ítems relacionados en vez de hacerlo de forma secuencial, como en un libro convencional. Un ejemplo notorio de hipertexto son los artículos de internet, que en el cuerpo de texto presentan diversos *links* o enlaces de hipertexto en las palabras o en los temas que estén relacionados con el tema principal o en desarrollo, lo que permite al lector tener una lectura más activa y escogiendo la información que le interese.

- **Baja voluntaria**

El usuario podrá darse de baja de la aplicación a través de la plataforma de Correos ID desde donde se registró. Al darse de baja de la aplicación dejará de recibir cualquier comunicación a través de la app y dejará de disponer de las funcionalidades de usuario registrado. Para volver a disponer de ellas, deberá volver a registrarse en la aplicación.

- **Exclusión de usuarios**

Correos se reserva el derecho a impedir el uso del servicio, ya sea de forma temporal o definitiva, a cualquier usuario que infrinja cualquier norma establecida en las condiciones generales de uso, la ley o la moral. Correos también podrá excluir usuarios e incluso dejar de prestar total o parcialmente el servicio cuando así lo considere oportuno, sin que se genere responsabilidad alguna al respecto.

Correos podrá adoptar las normas y medidas de seguridad que en cada momento considere oportunas para garantizar que el acceso y la participación por parte de los usuarios en la app de Correos se desarrollen de acuerdo con las condiciones generales y con sujeción a lo dispuesto en la normativa vigente.

### C) Correos.com - Web institucional

La página web <https://www.correos.com> es la **página institucional** del Grupo Correos, en la que se presenta el Grupo, se expone su misión, su historia y las principales directrices estratégicas que inspiran su actuación.

Se configura en un menú con siete grandes apartados:

1. **Grupo Correos.** En este apartado se presentan las cifras clave del grupo, tanto de carácter económico como material y humano. Igualmente, se puede acceder a los informes anuales de actividad. Finalmente, se relacionan las certificaciones y premios conseguidos y se presenta su historia de más de 300 años con una cronología específica.
2. **Sala de prensa.** Apartado dirigido especialmente a los medios de comunicación. Se recogen todos los comunicados de prensa del Grupo, así como los archivos multimedia (logo, vídeos promocionales, dossieres...). Igualmente, se identifican los responsables de comunicación del Grupo para cada una de las siete zonas en que Correos organiza su gestión.
3. **Sostenibilidad.** La sostenibilidad es uno de los tres principios inspiradores de la actuación del Grupo Correos. Por ello, en este apartado se presenta el Plan de Sostenibilidad del Grupo y sus líneas de trabajo. Correos muestra la acción del grupo para neutralizar su impacto en el cambio climático a través de acciones específicas en los ámbitos de las energías verdes y del sector agroforestal y tratamientos **silvícolas**.
4. **Personas y talento.** Las personas y la captación, desarrollo y retención de talento son otros de los principios inspiradores de la actividad del Grupo Correos. En este apartado se presentan los motivos por los que interesa a las personas con talento trabajar en Correos. Asimismo, aparecen las convocatorias públicas de plazas y los mecanismos de promoción interna.

## Glosario

**Spam:** Comunicación electrónica no solicitada que se envía a un gran número de destinatarios con fines publicitarios o comerciales o incluso maliciosos. Se puede canalizar a través de correos electrónicos, SMS y llamadas telefónicas.

## Glosario

**Silvícola:** Referente al bosque o a la selva. Cultismo derivado del latín, *silva* (bosque, parque, jardincillo boscoso).

## 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.

5. **Transparencia.** La transparencia es el tercer gran principio inspirador de la actividad del Grupo Correos. En este apartado se recoge la información normativa, organizativa y económica de las empresas del Grupo.
6. **Perfil del contratante.** Este apartado recoge las **licitaciones** de Correos y del Grupo Correos.
7. **Voto por correo.** En este apartado se proporcionan las instrucciones y la documentación para participar en las distintas convocatorias electorales mediante el voto por correo. Solo está disponible durante el periodo de convocatoria de elecciones.

La página web [www.correos.com](http://www.correos.com) está disponible en versión multilingüe (español, inglés, catalán, gallego y euskera).



#### D) Correos.es - Web Comercial

La página web <https://www.correos.es> presenta los servicios que ofrece Correos, diferenciando entre particulares y empresas.

##### Particulares

- **Recibir:** ofrece, entre otras, la posibilidad de localizar envíos y modificar la entrega de los mismos. Informa de puntos de entrega y recogida. Facilita la tramitación aduanera para mercancías de importación.
- **Enviar:** ofrece información y tramitación de las diferentes clases de envío, tanto nacional como internacional e información sobre embalajes y devoluciones. También permite adquirir sellos a través de la tienda *online*.
- **Dinero y compras:** ofrece información sobre el envío nacional e internacional de dinero, el cobro de premios ONCE y acceso a Correos Market, facilitando el cambio de divisas a domicilio, además de ofertas de luz y gas.

- **Viajes, ocio y filatelia:** da acceso a los servicios vinculados al Camino de Santiago, vende viajes y entradas de espectáculos y ofrece un rincón específico para filatelia.
- **Para el ciudadano:** facilita el pago de recibos, los trámites con la Agencia Tributaria y la Administración Pública y acceso a los servicios de la Dirección General de Tráfico (DGT).

## Empresa

- **Enviar:** ofrece información y tramitación de las diferentes clases de envío, tanto nacional como internacional, comunicaciones postales para empresas. Dispone de información sobre embalajes. También permite adquirir sellos a través de la Tienda *online*.
- **E-commerce:** presenta los servicios de Correos para vender a través de internet, facilita las devoluciones de los clientes, agiliza la gestión de los pedidos refuerza la logística del comercio electrónico de la empresa.
- **Marketing:** presenta y da acceso a los servicios de Correos para comunicarse con los clientes de la empresa de manera efectiva, identificar a sus clientes potenciales, acceder a sus clientes y fidelizarlos y optimizar sus campañas de marketing.
- **Comunicaciones físicas y digitales:** facilita la gestión de albaranes, presenta y da acceso a la plataforma multicanal Nexo y, exclusivamente para las Administraciones Públicas, informa de la constancia legal de las notificaciones administrativas y judiciales.
- **Para tu negocio:** facilita soluciones específicas para agentes comerciales, agentes turísticos y emprendedores; ofrece acceso a libros y publicaciones. Facilita el control financiero del negocio a través del cobro de recibos. Ofrece los servicios de la DGT.

## E) Correos Market

Correos Market es la **plataforma digital de comercio electrónico de Correos** ([www.market.correos.es](http://www.market.correos.es)). Tiene como objeto que el vendedor pueda publicar, promocionar y vender sus productos a través de la plataforma. El vendedor se hace cargo de los costes derivados de los envíos de pedidos asociados a las ventas de sus productos en la Plataforma Correos Market.

Correos facilita al vendedor el acceso a un área de gestión privada, o *backoffice*, desde el que puede gestionar los pedidos asociados a las ventas de sus productos realizadas en la Plataforma, visualizar la relación de comisiones generadas por estas ventas y gestionar su catálogo de productos.

El vendedor ha de formalizar un contrato de paquetería con Correos, sin ningún tipo de permanencia ni compromiso de ventas mínimo. Cuando se realiza una venta, llegará un correo al vendedor con todos los detalles. Una vez realizada la venta, el vendedor tendrá que depositar el paquete en su oficina de Correos más cercana.

Correos cobra el 100% de las ventas y a los 30 días liquida las comisiones con el vendedor, de las que descuenta ya las comisiones por venta que percibe Correos. Estas comisiones oscilan entre el 3 y el 15% del importe de la venta según el tipo de producto.



## F) Correos Market - Tienda de Correos

- **Correos Market - Tienda de Correos** con artículos útiles para el Camino de Santiago, recuerdos de la peregrinación y productos oficiales del Xacobeo 21-22. <https://www.market.correos.es/category/camino-de-santiago>

### – Contratación *online* de servicios:

- Paq Mochila: en [www.paqmochila.com](http://www.paqmochila.com) o <https://www.elcaminoconcorreos.com/>
- PaqPeregrino: se puede contratar el PaqPeregrino en [correos.es](http://correos.es) a través del Servicio Especial de Paquetería.



## Glosario

**Login:** Término inglés para denominar el inicio de sesión.

*Logging in* es el proceso por el que una persona accede a un sistema informático a través de la identificación y la autenticación.

Las credenciales de usuario acostumbra a ser una forma del nombre del usuario y una contraseña ya registrada. Estas credenciales a veces se conocen como inicio de sesión o

*Login*.

## G) App Correos Market

La app Correos Market es la aplicación de venta *online* que permite a los clientes encontrar y comprar productos nacionales.

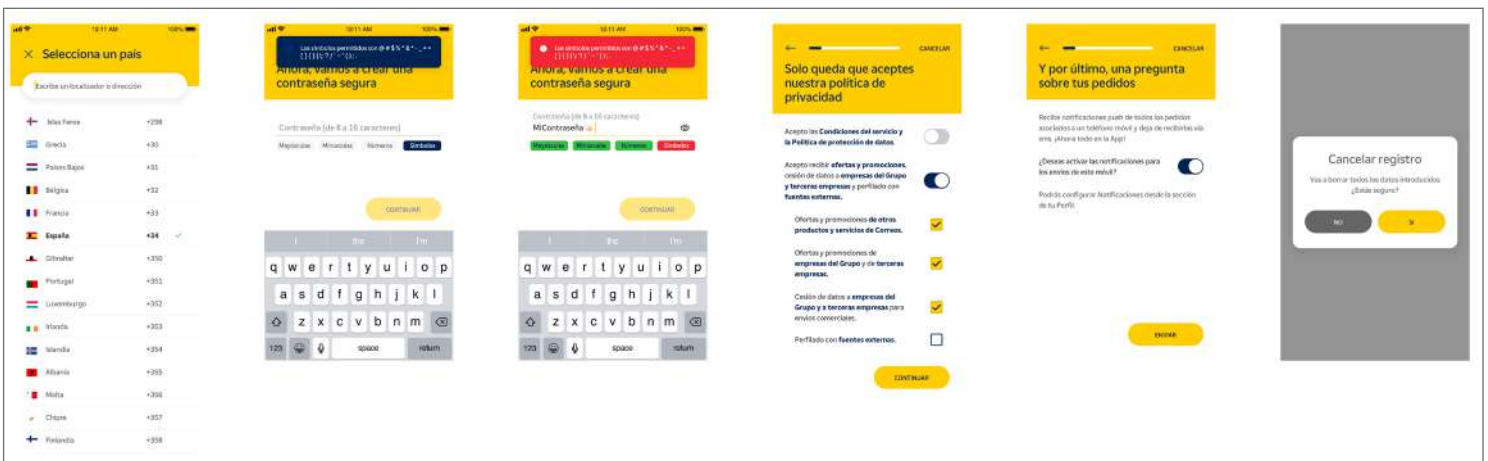
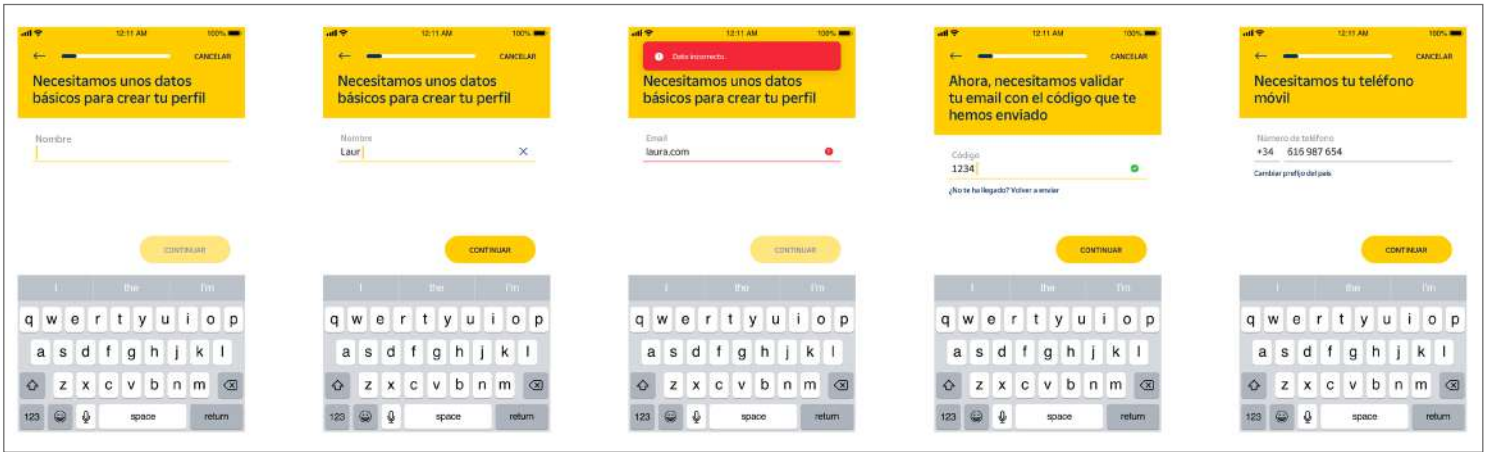
### Registro

Correos Market, a través de su app, permite a los usuarios comprar cualquier producto disponible a través de la aplicación. El usuario debe registrarse, gratuitamente, a través de Correos ID.

Si el usuario no está registrado previamente en Correos ID, deberá aportar su nombre, primer apellido, teléfono, dirección de correo electrónico y una contraseña. El teléfono móvil se validará mediante un código enviado por SMS a ese teléfono y que el usuario tendrá que introducir en el proceso de registro.

Si el usuario ya está registrado en Correos ID, la primera vez que haga *login* tendrá que verificar el teléfono —si no lo tiene verificado previamente— a través del método mencionado en el párrafo anterior, y aceptar las condiciones vigentes de la app de Correos Market.

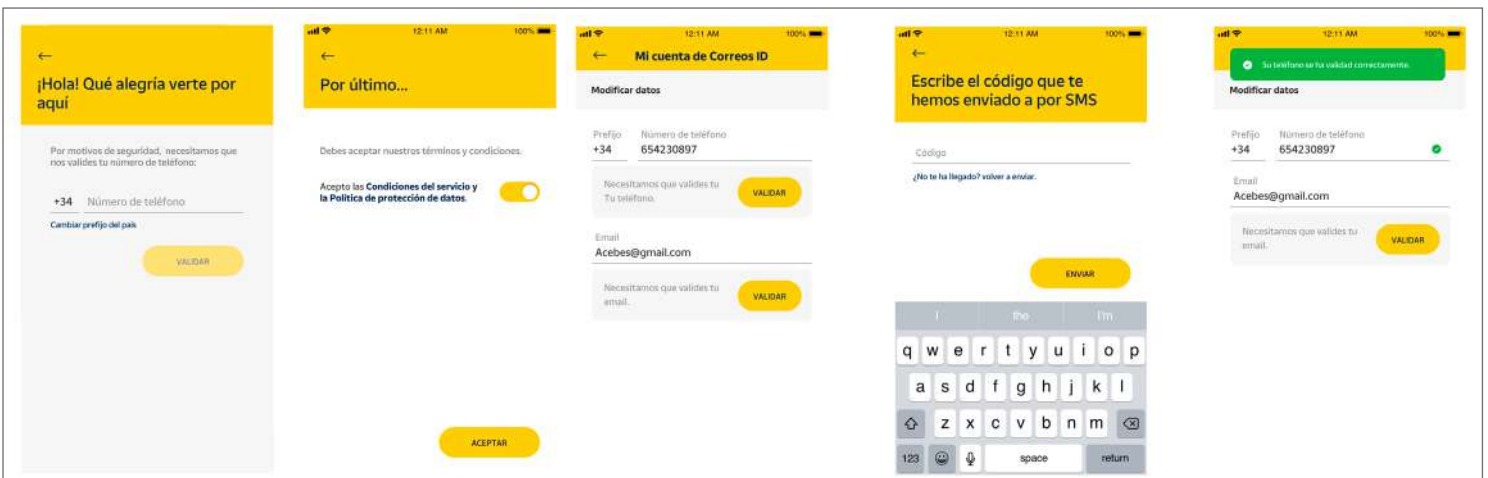
Si el usuario se ha registrado a través del móvil o ha hecho *login* a través del *e-mail* porque ya estaba previamente registrado en Correos ID, tendrá la posibilidad de activar las notificaciones *push*.



### Login

Una vez que el usuario se haya registrado en la app de Correos Market, podrá acceder a la aplicación con su *e-mail* o teléfono y contraseña. El usuario podrá entrar en su cuenta con el *e-mail* o teléfono siempre y cuando previamente los haya validado.

Esta validación solo será necesaria la primera vez que el usuario entre en la app.



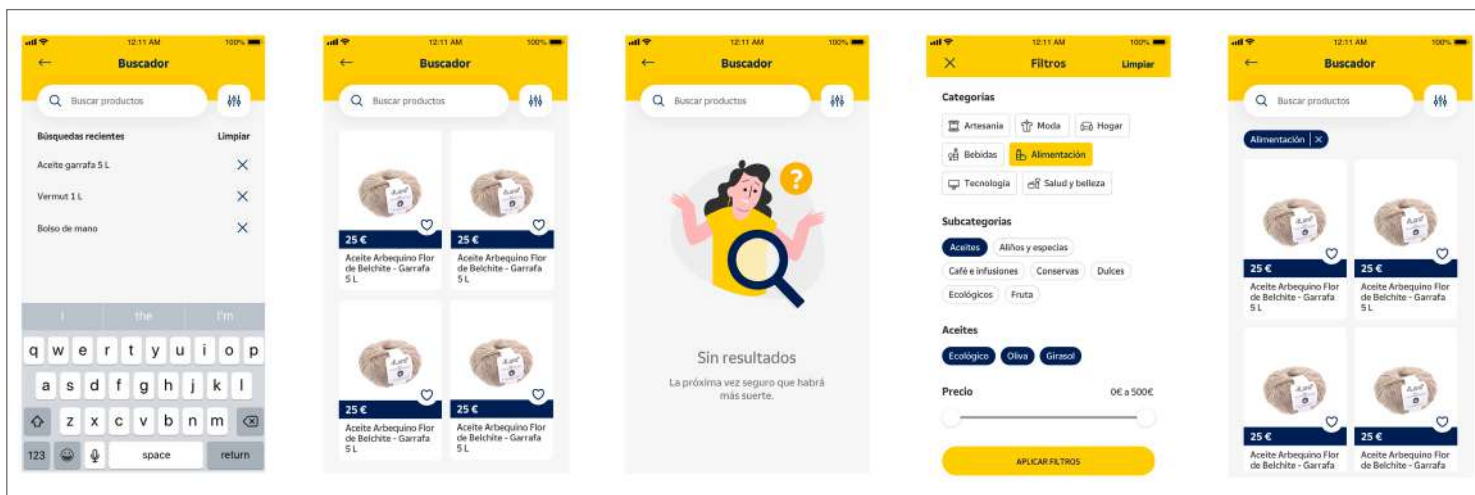




## Descripción del servicio

Los usuarios, sean registrados o no, podrán:

- Buscar productos de cualquier categoría y añadirlos al carrito. Únicamente podrán ser añadidos al carrito ya que para la compra será necesario un registro o *login* previo.
- Se podrán buscar productos desde el buscador de la *home* o accediendo a las categorías dentro de la sección de «Opciones». No se pueden realizar otro tipo de búsquedas.
- Filtros:
  - Posibilidad de seleccionar una categoría.
  - Al pulsar en una categoría se despliegan las subcategorías.
  - Posibilidad de filtrar por precio.
  - Botón limpiar filtros.
  - Los filtros se muestran en el listado del buscador mostrando la categoría principal y el filtro de precio si se ha aplicado. (En la categoría principal se notifica con un número la cantidad de subcategorías aplicadas).



- Acceso a la sección de «Opciones» donde el usuario podrá:
  - Consultar las diferentes categorías de productos que hay en la app.
  - Gestionar las notificaciones.
  - Sección de ayuda donde el usuario podrá acceder a un listado de preguntas frecuentes o a un *e-mail* donde poder trasladar sus consultas o sugerencias de la app.
  - Acceso a términos legales.

## Otros servicios para usuarios registrados

### • Acceso al perfil

Desde el perfil, el usuario tendrá acceso a:

1. **Mis pedidos:** el usuario podrá distinguir entre los pedidos en curso y finalizados, además de conocer el estado de cada uno de los envíos (En curso, Enviado, Cancelado). Desde esta sección también podrá volver a realizar un pedido ya tramitado.

2. **Mis datos:** el usuario tendrá acceso a sus datos y podrá editarlos.
3. **Mis direcciones:** el usuario podrá añadir cualquier dirección a la aplicación y seleccionar una como predeterminada para que aparezca directamente en el proceso de compra y no tenga que volver a introducirla.
4. **Mis valoraciones:** sección para evaluar los productos adquiridos.
5. **Seguridad:** acceso a información de inicio de sesión que permite desactivar o activar la posibilidad de guardar la cuenta evitando al usuario tener que introducir todos los datos al iniciarla.
6. **Cerrar sesión.**

- **Realizar una compra**

El usuario podrá añadir cualquier artículo que desee al carrito siempre que esté disponible.

Cada vez que el usuario añada un artículo al carrito se notificará en la sección.

Durante el proceso de compra será necesario:

- Que el usuario tenga introducida una dirección.
- La dirección de facturación será por defecto la del envío a no ser que el usuario la edite.
- *Check* activado por defecto de utilización de la misma dirección de envío que de facturación.
- Posibilidad de editar las direcciones, tanto de envío como de facturación.
- Selección del tipo de envío (envío responsable y envío urgente). Por defecto: envío responsable.
- Posibilidad de introducir un código de descuento.
- Resumen del pedido y pago.
- Pasarela de pago.
- Pantalla de confirmación pago y botón «Seguir comprando».
- El usuario no podrá comprar artículos de Canarias, Ceuta y Melilla si su dirección de envío es en la península, y viceversa. Se indicará en la ficha de producto si el envío pertenece a Canarias, Ceuta o Melilla.

- **Baja voluntaria**

El usuario podrá darse de baja de la aplicación a través de la plataforma de Correos ID desde donde se registró. Así, dejará de recibir cualquier comunicación a través de la app y de disponer de las funcionalidades de usuario registrado. Para volver a disponer de ellas, será necesario que vuelva a registrarse.

- **Exclusión de usuarios**

Correos se reserva el derecho a impedir el uso del servicio, ya sea de forma temporal o definitiva, a cualquier usuario que infrinja cualquiera de las normas establecidas en estas condiciones generales de uso, la ley o la moral. Correos también podrá excluir usuarios e incluso dejar de prestar total o parcialmente el servicio cuando así lo considere oportuno, sin que se genere responsabilidad alguna al respecto.

## Glosario

### Llave en mano:

Un proyecto o contrato llave en mano tiene como objetivo fundamental que el contratista —y por extensión, el proveedor del servicio— se encargue de todo de principio a fin, con el propósito de que el cliente no tenga que preocuparse de nada, ni siquiera de los trámites precisos. Un proyecto llave en mano se realiza a un **precio cerrado** y en un **plazo de tiempo** previamente acordado.

## 3.4.2. Soluciones e-commerce a clientes

### A) Tienda online

#### Crea tu tienda online

Correos, a través de su Área E-commerce y Canal Digital, proporciona soluciones de comercio electrónico para sus clientes. Está pensada para emprendedores, autónomos y pymes que tengan necesidad de vender en internet.

Correos ofrece un diseño personalizado a cada cliente para hacer su web **llave en mano** por un precio reducido. Cuenta con una amplia variedad de módulos para gestionar productos, realizar acciones de marketing o elegir plataformas de pago.

En su afán de promover la digitalización de los más pequeños o más tradicionales comercios y negocios, Correos ofrece la posibilidad de crear de forma gratuita una tienda *online* para un máximo de 10 productos y como demostración e incentivo para que el comercio o negocio profundice en la transformación digital. En este caso, se actúa bajo el dominio [mitienda.mycorreosecommerce.com](http://mitienda.mycorreosecommerce.com).

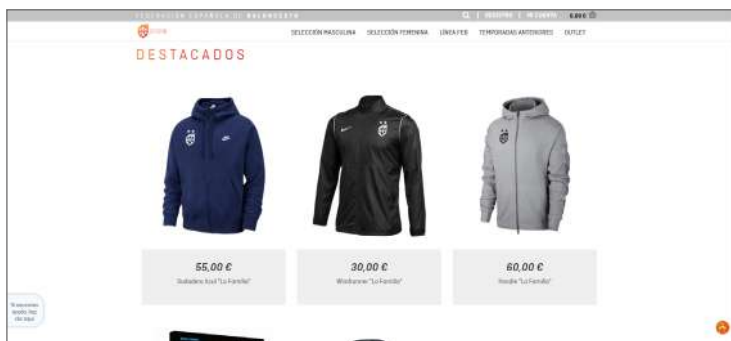
Existe también la versión Basic que, por una reducida cuota mensual, permite comercializar hasta 200 productos, además de la gestión aduanera para los potenciales clientes internacionales y el uso de un dominio propio.

Finalmente, la versión Premium es el plan más completo para vender por internet. Además de todas las características ya enumeradas para la versión Basic, ofrece la comercialización de un número ilimitado de productos, es una versión multilingüe y se puede operar con distintas divisas. Permite personalizar los mensajes de correo electrónico y acceder a la paquetería internacional.

#### Crea tu web

Correos, a través de su Área E-commerce y Canal Digital proporciona soluciones de comercio electrónico para sus clientes. En concreto, para una prestación que hoy ya es imprescindible para cualquier comercio o negocio: disponer de una página web.

Hoy, una página web propia es la cara visible de cualquier marca y permite que los usuarios, tanto habituales como potenciales, encuentren la información necesaria sobre los productos y servicios ofrecidos. Y tanto como si al final el usuario opta por hacer una compra desde la misma página —tienda *online*— como si la utiliza únicamente para comparar características y precios de los productos ofrecidos y al final opta por hacer una compra presencial.



Las webs que crea Correos están preparadas para obtener una elevada visibilidad en la red. Disponen de módulos que permiten analizar y conocer a los usuarios que entran en la web y realizar acciones de marketing específicas para ellos.

Dichas páginas cuentan con dominio propio y páginas ilimitadas. En breve, permitirán el acceso a apps gratuitas y plantillas de diseño.

En su afán de promover la digitalización de los más pequeños o más tradicionales comercios y negocios, Correos ofrece la posibilidad de crear una web con una sola página de forma gratuita y como demostración e incentivo para que el comercio o negocio profundice en su oferta digital.

### Crea tu app

Correos ofrece a empresas y negocios un servicio para crear una app propia. Los usuarios, cada vez más, compran con sus dispositivos móviles y una app propia contribuye a mejorar la relación con los clientes porque hace más próxima la marca y ayuda a fidelizarlos ya que mejora su experiencia con la empresa.

Para disponer de una app propia y personalizada, no hay necesidad de tener una página web (o se puede incluir, si se dispone de ella). Puede tener las funciones y las opciones que se adapten más a cada negocio. Ofrece una conexión inmediata a través de un contenido actualizado y de calidad las 24 horas del día. Y constituye una muestra de innovación que se adapta a todas las plataformas y canales de venta. Finalmente, ofrece un nuevo canal de comunicación con los clientes actuales o potenciales.

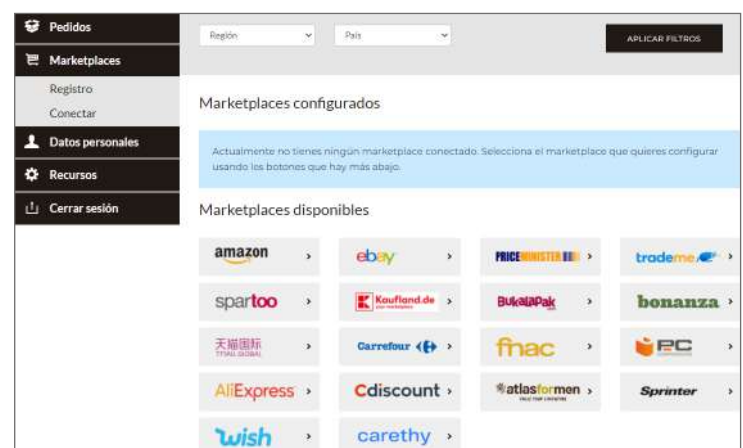
Para conseguirla, solo es necesario explicar la idea que la empresa tienen para su app y Correos se encarga de hacerla realidad.

### Marketplaces

Sin embargo, se puede vender *online* en todo el mundo sin necesidad de tener una tienda *online* o como primera aproximación a la venta *online* antes de tener una tienda propia o, simplemente, complementándola.

El *marketplace* de Correos es una plataforma que permite gestionar pedidos a través de Amazon, eBay, Rakuten, AliExpres, Privalia, FNAC... y muchos otros *marketplaces*.

El *marketplace* de Correos gestiona todos los pedidos desde un único punto gracias a la conexión con más de 50 *marketplaces* a nivel nacional e internacional, siempre sin necesidad de disponer de una tienda *online*. Ofrece visibilidad y posicionamiento en los principales motores de búsqueda, dando lugar a un reconocimiento de marca y a resultados de ventas inmediatos. La integración con la logística del Grupo Correos facilita la gestión de los pedidos, la exportación y la tramitación de la documentación aduanera.



## Cross-Border e-commerce

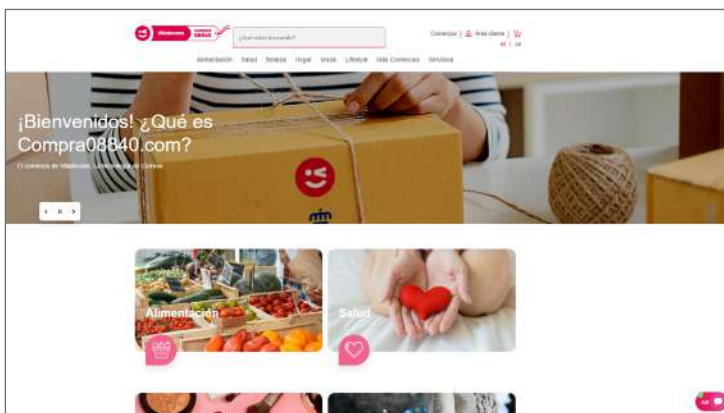
Como se muestra en las estadísticas, los compradores *online* cada vez compran más productos de países distintos al suyo.

Para las marcas y vendedores *online*, Correos abre la puerta a la oportunidad de expandirse internacionalmente con menos esfuerzo que el que conlleva establecer una operación local en el país. Al aumentar la audiencia de las marcas, los comerciantes se beneficiarán de más ingresos, además de un drástico impulso en la visibilidad *online*.

Correos ayuda a enfrentar los desafíos en la aventura de expansión mundial, gracias a los servicios de **cross-border e-commerce** que ofrece a sus clientes. Estos incluyen desde estudios de mercado y envíos internacionales hasta operación y promociones de marketing.

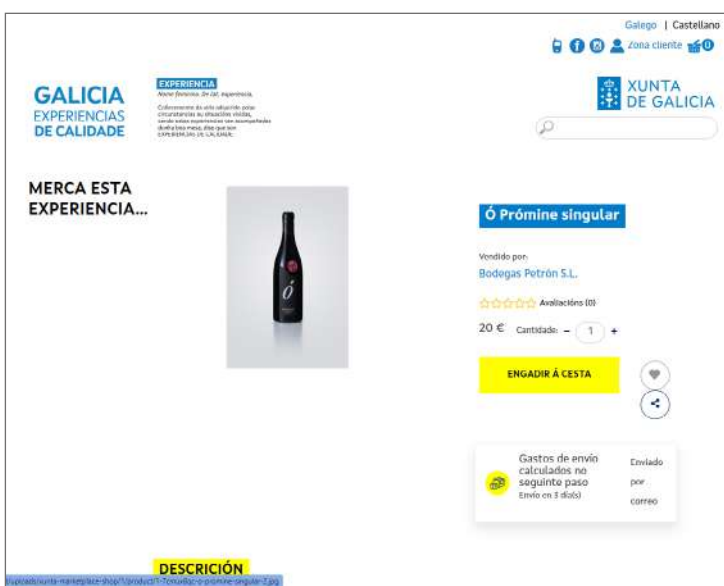
## B) Vender en marketplaces

### Local E-commerce



Local E-commerce es el nuevo servicio de Correos para empresas, organismos públicos o asociaciones que quieran organizar un **marketplace de comercios locales**.

Un *marketplace* es como un *shopping center* o centro comercial digital, en el que se puede acceder a numerosas tiendas desde una misma página web, realizar comparaciones entre productos fácilmente y realizar un solo pago final en lugar de pasar por procesos de pago distintos para cada tienda en la que se adquiriera un producto. Las tiendas adheridas más pequeñas o menos conocidas pueden ganar también reputación al estar integrada su oferta junto a muchas otras más consolidadas en el mercado.



El *marketplace* de Local E-commerce ofrece a los comerciantes locales un sistema de colaboración para ganar más visibilidad y más ventas. Local E-commerce ofrece a los pequeños y medianos comerciantes locales un canal de conocimiento y de ventas que hasta ahora solo parecía al alcance de las grandes plataformas. El ámbito territorial de los comercios adheridos también puede ser nacional o internacional.

Para los usuarios, Local E-commerce es intuitiva y de fácil navegación, con una configuración expresamente pensada para los usuarios que quieran acceder desde su teléfono móvil.



Para los comercios, Local E-commerce es especialmente adecuado si no son muy tecnológicos ya que es una herramienta muy fácil de utilizar y puede adaptarse a las necesidades específicas de cada comercio. Ofrece una logística integrada para los procesos de envío y de eventuales retornos de los clientes. El cliente puede escoger entre recibir el producto en casa o recogerlo en la tienda o en un punto de recogida.

El *marketplace* de Local E-commerce podrá tener en su página inicial elementos que pueden configurarse, **banners**, categorías de productos, logo, fichas de producto, valoraciones... Podrán acceder al *marketplace* tanto usuarios registrados como no registrados. Los usuarios registrados dispondrán de un perfil, direcciones, compras realizadas, listas de deseos, valoraciones emitidas...

Con esta herramienta, Correos pretende contribuir a impulsar la transformación digital de diferentes sectores, apoyar la recuperación y valoración de comercios y productos locales, y proteger el patrimonio del comercio local, cultural y de ocio.

### Showcase

Actualmente, Correos desarrolla un **showcase** para dos clientes, el Ayuntamiento de Viladecans y la Xunta de Galicia.

Para Viladecans, Correos aporta al cliente una solución integral. Un *marketplace* al completo en el que el Ayuntamiento actúa como administrador y que está puesto a disposición de los comercios locales. Para el comprador final, el *marketplace* tiene un aspecto similar a una tienda *online* creada con Correos, con un menú de selección donde encontrará un repertorio de artículos de todos los vendedores locales que se adhieran al *marketplace*.

Para la Xunta se ha desarrollado una solución más específica. El comprador potencial selecciona los productos en una página de la propia Xunta. Una vez seleccionado el artículo, se le redirige a la página diseñada por Correos, que guía al consumidor, admite el pago y liquida los importes entre el administrador (Xunta) y los comercios.

Correos puede atender cualquier petición, sea de una administración pública o de una asociación de comerciantes, con una solución personalizada a partir del estándar creado.

### Correos Sampling

#### ¿Qué es Correos Sampling?

Correos Sampling es un servicio de Correos que permite a los usuarios conocer nuevos lanzamientos del mercado y, a las empresas, generar una notoriedad, dar a conocer en primicia nuevos productos, testar en el mercado próximos lanzamientos y obtener *feedback* a través de una cualificada base de datos con más de 300.000 usuarios registrados.

Correos Sampling ofrece a las empresas dos tipos de proyectos:

- **Envío de muestras:** las empresas den a conocer su producto estableciendo una serie de criterios para seleccionar su público objetivo.

## Glosario

### Showcase:

Escaparate virtual con el objetivo de aumentar la visibilidad de los comercios adheridos a esta plataforma y que puedan aumentar sus ventas a través de su tienda *online*.

- **Venta de packs de productos:** las empresas utilizan esta acción para dar a conocer su marca, presentando productos nuevos, liberando stock o realizando campañas en las que solo costean el producto.

### **Envío de MUESTRAS**

Es gratuito para el usuario, es decir, el coste lo asumen las empresas. Se trata de realizar acciones de marketing directo de forma personalizada, multisoporte y basadas en el conocimiento que nos facilitan los usuarios sobre sus gustos y preferencias.

También ofrece información socio-estadística, geográfica y catastral que nos puede ayudar a perfilar a los usuarios y a aplicar técnicas de geomarketing.

#### **¿Cómo puede un usuario recibir muestras? Pasos:**

1. Registro en Correos Sampling rellenando el formulario.
2. Completar las encuestas en «Queremos conocerte».
3. Revisar periódicamente las muestras disponibles y apuntarse a las que más le interesen.
4. Si el perfil se ajusta a la muestra, se la enviaremos a casa.

### **Venta de PACKS**

Tiene un coste para el usuario, y es gratuito para las empresas. Los usuarios prueban productos a un precio más económico del que tendrían al adquirirlos a través de otra plataforma.

Existen dos modalidades:

1. **Packs exclusivos:** una misma marca dispone de un pack único sin compartir con otras marcas e incluye varios productos.
2. **Packs multimarca:** diferentes marcas comparten un pack de productos. Para estos packs, se define siempre una temática en la que todos los productos van acorde.

#### **¿Cómo puede un usuario comprar un pack?**

Accediendo a la web <https://www.correossampling.com/> cualquier usuario podrá bien solicitar el envío de muestras, o bien consultar los packs disponibles y añadirlos a su carrito para así proceder a la compra.

Correos Sampling también cuenta con una **base de datos de influencers** que se encargan de difundir las campañas en redes sociales a través del hashtag #correossampling.

Los usuarios pueden inscribirse en Correos Sampling para formar parte de esta comunidad de *influencers* siempre que cumplan con los requisitos definidos en la web.

#### **¿Cómo puede un usuario hacerse *influencer* de Correos Sampling? Pasos:**

1. Registro en el formulario que hay colgado en la web: <https://www.correossampling.com/influencers>



2. Desde Correos Sampling se contacta con cada persona registrada para que nos dé más datos sobre sus gustos, preferencias... y así poder recibir productos en exclusiva.
3. En cada campaña analizaremos los perfiles que solicitan las empresas y si encajan en lo que buscan, le enviaremos una muestra o pack de producto.

### **C) Módulos e-commerce**

Muchas de las tiendas *online* creadas actualmente no se programan desde cero en HTML. El mercado ofrece soluciones CMS (*Content Management System*), sistemas de gestión de contenido orientados a la creación de tiendas *online*. Estos CMS permiten a un usuario sin conocimientos en programación diseñar una tienda *online*.

Actualmente, Correos ofrece este tipo de solución CMS con «Crear Tienda *online*».

Las tiendas creadas con un CMS parten con unas funciones básicas en cuanto a diseño, navegación, pasarela de pago, etc., pero hay otras funciones que se pueden llegar a ofrecer mediante la conexión de piezas de *software* de terceros, lo que se denomina módulos.

Correos ha diseñado módulos válidos para los principales proveedores de CMS del mercado (Woocommerce, Magento y Prestashop) que automatizan varios de los procesos logísticos necesarios para tramitar los pedidos que han entrado en esas tiendas (preregistro, etiquetado, solicitud de recogida, de devolución...). Estos módulos de Correos y Correos Express están a disposición gratuita de las tiendas *online* creadas con dichos proveedores de CMS.

Este servicio de módulos creado por Correos resulta de gran utilidad ya que facilita enormemente la preparación de los envíos. Correos lo presta a cambio de posicionarse como un operador preferente para el cliente final gracias a la facilidad de la gestión de sus pedidos con Correos y Correos Express.

## **3.4.3. Servicios Citypaq**

### **Introducción**

#### **A) ¿Qué es Citypaq?**

Citypaq es la solución rápida y sencilla de Correos para recoger, enviar o devolver los paquetes a través de taquillas inteligentes, que se pueden encontrar cerca del domicilio de los clientes, trabajo o en lugares de tránsito como supermercados, gasolineras o centros comerciales.

El servicio Citypaq requiere que el usuario efectúe un único registro en el servicio. El acceso al mismo, que permitirá la utilización de taquillas como punto de recogida y admisión de paquetería, requerirá la previa identificación con el nombre de usuario y contraseña registrados previamente.

## Glosario

**Código de entrega directa: Código alfabético** que identifica usuario y dispositivo, al objeto de saber dónde realizar la entrega y quién lo recogerá.

### B) Primeros pasos

El primer paso es el registro. Para ello, hay que seleccionar el botón «Regístrate» de la página web e insertar los datos. Para acceder a todas las opciones de Citypaq es necesario asociar al menos un dispositivo.

A continuación, hay que asociar un dispositivo. Para ello, se distingue entre taquillas privadas, de acceso restringido, y taquillas públicas. El dispositivo Citypaq privado pedirá un código, situado en la parte superior derecha de la pantalla de la taquilla. Para asociar un Citypaq público, solo debe ser localizado en el mapa, seleccionarlo y añadirlo a favoritos.

Cada una de las taquillas asociadas incorpora un código ID que identifica al usuario y al dispositivo, con el objeto de saber dónde realizar la entrega y quién lo recogerá. Ese código alfabético, llamado **Código de Entrega Directa (CED)** es único y diferente para cada código asociado. Es la dirección que se facilita para poder comprar *online* en cualquier tienda no asociada que esté dentro de los territorios permitidos.

Una vez registrado, en la sección «Favoritos» aparecerá una «Dirección de Compras *online*» para cada terminal incluido.

En el proceso de compras *online*, se usa esta dirección como si fuera la de del domicilio del cliente, con los datos que se le facilitan.

Al comprar en cualquier tienda asociada al servicio Citypaq, el comprador seleccionará esta opción desde la página web de la tienda e introducirá su usuario de Citypaq. Aparecerá un listado de taquillas favoritas y el usuario seleccionará la que prefiera.

La web de Citypaq y la app de Correos disponen de listados de los distintos Citypaq del territorio.

### C) Tipologías

#### TIPOLOGÍAS

##### Modelo Reducido (6 a 30 huecos)

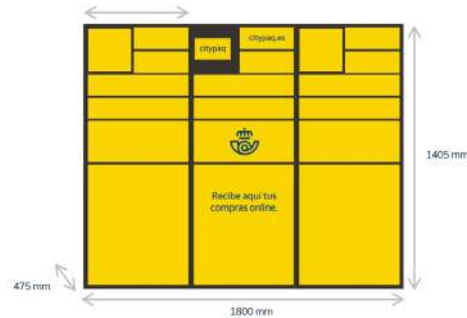
Características:

- Composición
  - 4 tamaños de huecos (alto × ancho × profundo, en mm)
    - S: 100 × 240 × 400.
    - M: 100 × 490 × 400.
    - L: 200 × 490 × 400.
    - XL: 600 × 490 × 400.

(continúa en la página siguiente)

6 huecos por módulo

- Mín. configuración: 1 módulo de control.
- Máx. configuración: 1 módulo de control + 4 módulos de expansión.
- Conexión a toma de corriente monofásica 220 V.
- Conectividad vía módem móvil 3G.



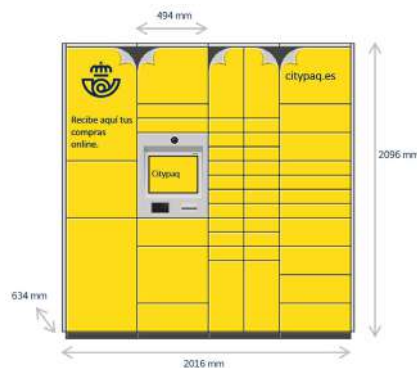
### Modelo Estándar (+30 huecos)

Características:

- Composición
  - 5 tamaños de huecos (alto × ancho × profundo, en mm)
    - XS: 85 × 190 × 610.
    - S: 85 × 440 × 610.
    - M: 180 × 440 × 610.
    - L: 370 × 440 × 610.
    - XL: 750 × 440 × 610.

3 a 22 huecos por módulo

- Mín. configuración: 1 módulo de control + 2 módulos de expansión.
- Máx. configuración: 1 módulo de control + 10 módulos de expansión.
- Solamente en interior.
- Conexión a toma de corriente monofásica AC 230V ± 10%.
- Conectividad *ethernet* vía *router* móvil 4G o fibra óptica.



(continúa en la página siguiente)

### Modelo Estándar (+30 huecos)

Características:

- Composición
  - 5 tamaños de huecos (alto × ancho × profundo, en mm)
    - XS: 85 × 190 × 610.
    - S: 85 × 440 × 610.
    - M: 180 × 440 × 610.
    - L: 370 × 440 × 610.
    - XL: 750 × 440 × 610.
- 8 a 20 huecos por módulo
  - Mín. configuración: 1 módulo de control + 2 módulos de expansión.
  - Máx. configuración: 1 módulo de control + 15 módulos de expansión.
  - En exterior o interior.
  - Conexión a toma de corriente monofásica AC 230V ± 10%.
  - Conectividad *ethernet* vía *router* móvil 4G o fibra óptica.



### D) Cómo recibir

Cuando se realizan compras *online*, se pueden recibir los envíos en Citypaq de dos formas diferentes:

- Tiendas con opción Citypaq: seleccionando Citypaq como modalidad de entrega. Es lo más sencillo, ya que se puede elegir esta opción sin necesidad de registrarse.
- Otras tiendas *online*: usar la dirección de compras *online*, que se obtendrá en la sección Favoritos. Está en el apartado Utilizar este Citypaq para recibir la compra en cada uno de los dispositivos. Esta modalidad exige registro previo en la web o app y haber escogido un Citypaq favorito.

La dirección de compras *online* identifica, mediante 8 caracteres, a cada usuario y al dispositivo donde quiere recibir sus compras. Cada Citypaq tiene asignada una diferente.

Durante la compra, se usa esta dirección de compras *online*, poniendo esos datos como Destinatario y Dirección, y se elige entrega a domicilio.

El usuario sigue con sus compras. Una vez llegue el paquete, podrá hacer un seguimiento vía web y la app, desde Mis Paqs.

Recoge sus compras. Recibirá un SMS y un *e-mail* con un código de apertura cuando las compras lleguen a Citypaq. Si tiene la app, recibirá también dicha notificación.

### E) Cómo enviar

Acceder al área de usuario de Citypaq. Seleccionar Enviar. Eligir la opción preferida en «¿Qué tipo de envío deseas realizar?», escoger la taquilla donde depositar el paquete e introducir la referencia del envío.

Completar los datos y los del destinatario. Seleccionar el tamaño del paquete, y se asignará un espacio acorde a su tamaño en la taquilla previamente elegida. Para determinar las medidas, no hay que olvidarse de embalar previamente el paquete. Se muestran objetos de referencia para que se pueda determinar su tamaño.

Realizar el pago. Se recibirá un *e-mail* con el código de apertura del compartimento de entrega. También se podrá encontrar en la app, sección Mis Paqs.

El usuario se acercará al Citypaq y depositará el envío. Pasa el código del móvil por el lector de taquilla, o lo introducirá manualmente. Se abrirá la puerta y podrá depositar el paquete. Cuando lo recoja el cartero, el cliente recibirá un aviso.

No es necesario escribir la dirección del destinatario en el paquete, ya se ha hecho en la web. El cartero o el personal de oficina lo etiquetarán correctamente al recogerlo. Es importante que el paquete esté debidamente embalado.

Se puede enviar a cualquier punto de la península, Baleares y Canarias. Las taquillas Citypaq de Canarias no admiten envíos de mercancías sujetas a tratamientos o pagos de importes aduaneros. Ceuta y Melilla quedan excluidas por la existencia de trámites aduaneros.

Dentro de **Enviar en Citypaq**, existe la opción de realizar envíos prerregistrados, que se realizan a través de la oficina virtual de Correos. Para ello, se completan los datos requeridos en la oficina virtual para efectuar un envío, incluido el pago (tarjeta, PayPal o contrato). Se facilitará un código de envío en formato código de barras.

Con este envío prerregistrado, el usuario puede acceder a su taquilla Citypaq. En la pantalla se selecciona Enviar y se escanea o teclea el código de envío y se podrá depositar sin imprimir etiqueta. El cartero o el personal de oficina se encargarán de etiquetarlo correctamente.

### F) Cómo devolver

Desde Citypaq.es, entrar en devoluciones. Escoger Iniciar devolución. Indicar la taquilla de entrega. Introducir el código de devolución facilitado por la tienda.



Seleccionar el tamaño del paquete para poder asignar un espacio acorde a sus dimensiones en la taquilla seleccionada. Se muestran objetos de referencia para ayudar a determinar las medidas. Se obtendrá un código de devolución.

Se acudirá al Citypaq y se depositará. Se introducirá el código manualmente en la pantalla. También se puede seleccionar la opción Enviar en la pantalla del Citypaq y escanear el código de barras facilitado. Se abrirá el espacio asignado para dejar el paquete.

Si se prefiere, se puede realizar devoluciones con Citypaq como usuario registrado en la web o en la app, lo que permitirá realizar seguimientos y disponer del código de apertura del hueco seleccionado.

### G) Miscelánea

La responsabilidad de Correos con el remitente del envío se rige por la Ley del Contrato de Transporte Terrestre de Mercancías (LCTTM). El destinatario manifestará sus reservas por escrito, describiendo la pérdida o avería en el momento de la recogida del envío en Citypaq, comunicándolo a Correos a través de la web [www.citypaq.es](http://www.citypaq.es) o llamando a Atención al Cliente.

En caso de averías y pérdidas no manifiestas, las reservas se formularán dentro de los siguientes siete días naturales a la entrega.

El retraso solo dará lugar a indemnización mediante reservas escritas al porteador los 21 días naturales desde el siguiente al de la entrega de las mercancías al destinatario.

- Exclusiones: la Dirección de Compra *Online* a la que aplica el servicio Citypaq será válida para compras en cualquier país de la UE, salvo territorios con diferente régimen fiscal al IVA. Se excluyen Ceuta y Melilla, cuyos envíos serán rehusados y devueltos al remitente.
- Exclusión de mercancías: el usuario/destinatario no utilizará el servicio Citypaq para recepcionar envíos indebidamente embalados y etiquetados, o incluidos dentro de los clasificados como sustancias tóxicas, mercancías peligrosas, artículos prohibidos o restringidos, según normativa postal (Ley 43/2010, RD 1829/1999, Convenio UPU), Instrucciones Técnicas para transporte sin riesgos de mercancías peligrosas vía aérea OACI (Convenio de Chicago sobre aviación civil), Reglamento sobre mercancías peligrosas de la Asociación Internacional de Transporte Aéreo (IATA) y el Convenio Europeo sobre Transporte Internacional de Mercancías Peligrosas por Carretera (ADR).



# Tema 4

---

Productos y servicios: En Oficinas.  
Servicios Financieros. Soluciones Digitales.  
Filatelia



# Contenido

## 4.1. Introducción

## 4.2. Productos y servicios de venta en oficina

- 4.2.1. Servicios postales
- 4.2.2. Productos que se comercializan en Correos. Tarifa Plana
- 4.2.3. Servicios adicionales
- 4.2.4. Servicios de fidelización
- 4.2.5. Servicios para el ciudadano
- 4.2.6. Acuerdos con terceros
- 4.2.7. Material de oficina, libros y *merchandising*
- 4.2.8. Correos con la sociedad

## 4.3. Servicios financieros

- 4.3.1. Envío de dinero
- 4.3.2. Correos Cash – Ingreso y reintegro de fondos en entidades financieras
- 4.3.3. Correos Prepago
- 4.3.4. Correos Pay – Pago de impuestos, tributos, tasas o facturas en entidades públicas o privadas
- 4.3.5. Cobro de recibos

## 4.4. Soluciones digitales

- 4.4.1. Buzón digital
- 4.4.2. Correos ID
- 4.4.3. Notificaciones digitales

## 4.5. Filatelia

- 4.5.1. Introducción
- 4.5.2. Libros de sellos
- 4.5.3. Pruebas de artista
- 4.5.4. Carpetas temáticas
- 4.5.5. Numismática
- 4.5.6. Tu sello personalizado
- 4.5.7. Otros productos filatélicos: sobres de primer día de circulación, tarjetas postales, matasellos, A.T.M. y grabados

## 4.1. Introducción

Correos ofrece una amplia variedad de productos y servicios destinados a satisfacer diversas necesidades de los clientes.

Los **servicios postales** incluyen los envíos de correspondencia, paquetería, libros, etc., a disposición del público usuario para comunicarse en diferentes circunstancias, así como una serie de facilidades relacionadas con los envíos postales y la recepción de estos (apartados postales, buzón de vacaciones).

Los **servicios financieros** de Correos ofrecen la posibilidad de enviar y recibir dinero a través del servicio de giros nacionales e internacionales, o bien mediante transferencias con Western Union. Se ofrece también el cobro de recibos de suministros domésticos, impuestos o multas; la retirada o ingreso de efectivo en cuentas bancarias; etc.

Correos ofrece también **servicios al ciudadano** que le facilitan el envío telemático de documentación a presentar en la ventanilla de admisión a los distintos registros de las administraciones públicas, así como el pago de deudas tributarias y otras de derecho público.

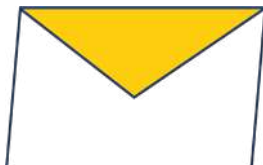
En relación a la **comercialización de servicios en colaboración con terceros**, Correos se ocupa del servicio de venta de loterías y entradas a eventos culturales, en conjunción con otras instituciones o compañías. Por otro lado, Correos colabora con organizaciones no gubernamentales, como Mensajeros de la Paz, poniendo a disposición sus oficinas como puntos de recogida de donaciones y facilitando el transporte del material.

Se proporcionan también **soluciones digitales**, por medio del servicio de almacenamiento en la nube de documentos digitales y del sistema de gestión de notificaciones electrónicas con la Administración Pública.

Además, en el área de **Filatelia** se ofrece la distribución de objetos de colección relacionados con el correo y su historia, como sellos, álbumes, matasellos, tarjetas postales, etc.

## 4.2. Productos y servicios de venta en oficina

En este punto se presentan los diferentes productos y servicios a los que los clientes o usuarios de Correos pueden acceder de manera presencial en las diferentes oficinas de atención. Para cada uno de los productos o servicios, se detallará la información básica y necesaria, tanto del producto en sí como de la operativa cuando se considere necesario, que el profesional de Correos debe conocer.



### Glosario

#### **Certificación:**

Documento en que se asegura la verdad de un hecho.

## 4.2.1. Servicios postales

### Paquetizados Carta Certificada

Correos cuenta con una tarifa plana para cartas certificadas, aquellas cuyo transporte es controlado y registrado, y que solo se entregan con la firma del destinatario. Existen dos modelos: la carta certificada estándar y la carta certificada premium.

Ambas opciones ofrecen máxima facilidad (basta con coger el sobre correspondiente del expositor de la oficina de Correos) y tienen un precio fijo. Además, el cliente no necesita rellenar ningún formulario a la hora de enviarlas y ambas modalidades disponen de flexibilidad en las entregas.

### Carta certificada estándar

La **carta certificada estándar** acepta envíos de 50 g, en un sobre de 162 x 229 mm.

### Carta certificada premium

La **carta certificada premium** cuenta con un sobre de mayor tamaño, de 100 g y de 189 x 250 mm.

Además, este paquetizado incluye:

- PEE (Prueba de Entrega Electrónica).
- Seguro.

### Prefranqueados

Correos también ofrece **prefranqueados**: productos que incluyen el sobre más el franqueo del envío a un precio cerrado. Con ellos solo se necesita completar los datos de origen y destino, y llevar el envío a un buzón u oficina de Correos (si es certificado).

Existen tres tipos de sobres:

- Americano: 110 x 225 mm y hasta 20 g.
- Cuadrado: 120 x 176 mm y hasta 20 g.
- DIN-A5: 190 x 250 mm y hasta 100 g.

También hay dos tipos de bolsas prepagadas:

- Bolsa prepagada Paq premium (individual): hasta 350 g.
- Bolsa prepagada Paq premium (individual): hasta 1 kg.

Otro producto que se comercializa es la carta certificada prefranqueada premium, con las mismas características de la carta certificada premium:

- Sobre de mayor tamaño, de 100 g y de 189 x 250 mm.  
Incluye además:
  - PEE (Prueba de Entrega Electrónica).
  - Seguro.

## Certificaciones

Las certificaciones son un modo de dejar constancia del envío de un producto postal. En Correos, solo se emiten certificaciones para los envíos registrados, ya que son los únicos sobre los que se tiene constancia de la admisión o de su entrega.

Las certificaciones cuentan con ciertas características básicas que es necesario comprender. Dichos rasgos son los siguientes:

**Plazos para solicitar la certificación:** el plazo para solicitar una certificación es igual a la permanencia de la documentación o información en la oficina o en los sistemas de Correos. Aunque esto se tratará más en profundidad a continuación, cabe decir que, por norma general, dicho plazo son seis meses. En el caso de Burofax Premium y Premium Plus el plazo para solicitar la copia certificada es el periodo de custodia que se haya contratado.

**Plazos de entrega:** si la documentación está en poder de la oficina, un día hábil; si la documentación está en otra dependencia que no sea Correos, cuatro días hábiles; si se remite a otra oficina de Correos, siete días hábiles.

**Criterios de selección:** las certificaciones cuentan con validez judicial y administrativa del documento.

**Ámbito:** la validez de las certificaciones es solo nacional. En el caso de **envíos dirigidos a otros países**, solo se podrá emitir la certificación de imposición o la copia certificada de burofax o telegramas, siempre que se solicite en el momento de su admisión. En este caso se le debe informar al cliente que, para que la certificación tenga validez en el país de destino, debe acudir al consulado de dicho país en España y solicitar que le visen la certificación expedida por la oficina de Correos.

Las oficinas de Correos pueden emitir cuatro tipos de **certificaciones:**

- **Certificación de imposición:** se certifica la imposición de un envío, pero no el texto remitido. Se aplica a todos aquellos envíos en los que no queda constancia de su contenido.



- **Copia certificada:** se deja constancia tanto de la imposición del envío como del texto remitido. Un ejemplo son los telegramas o el burofax. En este último caso es imprescindible guardar una copia del texto remitido en formato electrónico en la oficina de Correos.
- **Certificación de entrega:** se certifica la entrega del envío, la fecha y los datos del receptor.
- **Certificación de intento de entrega:** se deja constancia de que no se ha podido realizar la entrega, del intento de hacerlo, y del motivo por el que no se ha llevado a cabo.

### Canje de vales UPU

Los **vales UPU** son vales emitidos por la Unión Postal Universal (UPU) que sirven para ser canjeados por sellos, bajo un valor equivalente al franqueo de una carta ordinaria dirigida al extranjero.

Los vales ya no se comercializan en Correos, pero se siguen canjeando (en oficinas postales) los que estén en circulación. Pueden adquirirse en un país y canjearse en otro país de la UPU.

### 4.2.2. Productos que se comercializan en Correos. Tarifa Plana

Los **envíos PAQ** o **Pack Libre Servicio** son productos de Correos que, bajo una tarifa plana, incluyen la venta de un embalaje y el envío postal asociado al mismo. Es decir, su precio va asociado al embalaje utilizado y no al peso del envío (aunque sí existe un peso máximo).

Dentro del general de los envíos PAQ, cada producto tiene sus particularidades. Estos son los que se comercializan en la Red de Oficinas:

- PAQ Bicicleta
- PAQ Botella
- PAQ Libre servicio Internacional
- PAQ Peregrino
- PAQ Estándar
- PAQ Premium

Los embalajes deben estar cargados en el almacén de la oficina, tal y como ocurre con cualquier otro tipo de producto para la venta. Si no se cuenta con alguno de estos embalajes, el sistema no dejará realizar la admisión.

El **PAQ Nieve** no está incluido en el grupo anterior, pues su gestión se realiza a través de la aplicación de Correos Express.

### Más información

El peso volumétrico es el peso de un paquete, teniendo en cuenta sus dimensiones. Correos aplica el criterio peso/volumen entre  $167 \text{ kg/m}^3$  en el momento de la admisión del paquete, siguiendo la siguiente fórmula:  $\text{largo} \times \text{alto} \times \text{ancho (en cm)} / 6.000$ . La aplicación de la tarifa se hace siempre en función del mayor peso/volumen del envío, eligiendo en su caso la aplicación del peso volumétrico o del peso real.

## Glosario

**PAQ Nieve:** Paquete diseñado para enviar esquís, bastones, botas y tablas de snowboard.

Importe		Franqueo inicial unitario	
Nº envíos	1		
Precio base	4,50	0,00	
Aviso de recibo	0,00		

## Glosario

### Tarifa plana:

Son productos de Correos que, con carácter general, consisten en la venta de un embalaje y el envío postal asociado al mismo con una única tarifa.

## Sobres y embalajes de Tarifa Plana: embalaje universal

Los embalajes de tarifa plana (nacional e internacional) han sido agrupados en diferentes tipos de embalaje:

- Sobre rígido
- Sobre acolchado
- Caja pequeña
- Caja mediana
- Caja grande

El cambio se ha efectuado de forma masiva en todas aquellas oficinas que disponían de embalajes tipo Paq 10, Paq 24, Paq 48 y Paq 72, en envíos nacionales y tarifa A y B de Correos, y Correos Express en internacionales.

A medida que vayan realizando envíos de tarifa plana, el embalaje se descontará directamente del stock de Embalaje Universal según tipología.

Para los pedidos de embalajes que estén de camino, las oficinas solo tendrán que hacer la recepción a través del albarán correspondiente, e IRIS se encargará de cambiarlos al Universal.





A partir de ahora en el almacén de la oficina existe un **embalaje universal** por cada tamaño de caja o sobre, que se podrá utilizar para cualquier envío de tarifa plana, ya sea nacional o internacional.

### 4.2.3. Servicios adicionales

#### Apartados postales

El **apartado postal** es un servicio que permite recibir envíos en una oficina de Correos.

Tiene la opción de entrega a domicilio en caso de que el usuario la solicite.

El depósito de envíos se hará en los **casilleros cerrados** que poseen las oficinas postales, a los que se les asignará un número o una serie alfanumérica (conjunto de letras, números y otros caracteres), que representa la dirección postal de una persona física o jurídica (institución pública o privada). Cuando no estén disponibles o el tamaño o tipo de los envíos lo requiera, la correspondencia se depositará dentro de las oficinas.

Los apartados postales pueden ser anuales, trimestrales y mensuales.

**Desde junio de 2015, los apartados anuales** que se contratan tienen una vigencia de un año, 365 días desde la fecha de contratación. En el caso de los apartados anteriores a esta fecha, la duración del mismo es por año natural.

Los requisitos para **contratar un apartado** son los siguientes:

1. Rellenar los datos del formulario de suscripción, sin tachaduras ni correcciones (caso contrario, se deberá cumplimentar uno nuevo), y firmar la solicitud dirigida a la oficina de Correos donde se quiera utilizar el apartado. En el formulario se indicará cuál es la vigencia del apartado (anual o trimestral). Los apartados 24/7 también podrán ser mensuales. Si el apartado es anual, se puede marcar la casilla que autoriza a domiciliar el pago del contrato de apartado. En cambio, los apartados trimestrales y mensuales no podrán renovarse; una vez cumplido el plazo, se darán de baja de manera automática.
2. Si se trata de una **persona física**, junto con la solicitud, el interesado deberá presentar el documento de identificación personal original, sin necesidad de dejar una copia.
3. En el caso de las **personas jurídicas**, la solicitud deberá tener el sello de la entidad, junto con los datos y la firma de la persona con capacidad para representarla, y deberá acompañarse con uno de los siguientes documentos: el CIF de la entidad o copia del título de constitución de la empresa y la copia del documento que acredite que el representante tiene poder suficiente para firmar la solicitud; o el certificado del Registro Mercantil que incluya los datos de identificación de la persona apoderada, de la persona jurídica a

## Glosario

**Año natural:** Periodo de doce meses que se cuenta desde el 1 de enero hasta el 31 de diciembre.



la que representa y de los poderes que acreditan la representación. Lo mismo cuando el certificado identifique al administrador único de una persona jurídica, dado que él reúne las funciones de representación.

El servicio de **apartado postal** lo prestarán las **oficinas de Correos** después de la suscripción y el pago de la tarifa correspondiente. También podrán prestarlo las oficinas auxiliares; en este caso, se debe realizar la suscripción a través de la oficina de nivel técnico de la que dependa la oficina auxiliar.

Los apartados postales podrán tener **uno o varios titulares** (hasta un máximo de cinco) y tres autorizados.

En la dirección del envío podrá figurar solo el **número de apartado** o, también, el **nombre del titular** del servicio.

La **entrega de los envíos** en este tipo de servicio se realizará con el mismo criterio que en la entrega a domicilio, según tipo y modalidad. En el caso de envíos certificados o registrados en los que figure solo el número de apartado, se entregarán personalmente a su titular o a la persona autorizada.

El usuario del servicio puede autorizar por escrito a la unidad de distribución para que los **envíos en cuya dirección conste solo el domicilio** sean depositados en su apartado. La copia de esta autorización deberá estar en poder de la unidad de entrega de la oficina, en la carpeta del apartado correspondiente.

Después de **clasificar los envíos** mediante el proceso de embarriado, se separarán del reparto y se reencaminarán a la oficina. Los **envíos registrados, financieros y telegráficos** se darán de alta en la unidad antes de ser reencaminados en SGIE (Sistema de Gestión Integral de Envíos), para evitar la pérdida de calidad y trazabilidad del envío, y se entregará a la oficina una copia de la autorización del destinatario. Este procedimiento no se aplica a las **notificaciones administrativas**, que deberán entregarse a domicilio, excepto que haya una petición formal de reenvío postal y la normativa lo permita para el tipo de producto. Este procedimiento se empleará tanto en las unidades que comparten local como en aquellas que no lo comparten pero estén próximas, o cuando se asegure la puesta a disposición de la oficina de todos los envíos a primera hora de la mañana junto con los envíos avisados en su enlace habitual, teniendo en cuenta el tipo de productos para los que se amplía la autorización y preservando siempre su trazabilidad y la calidad asociada a cada uno de ellos. Cuando no se cumplan estas condiciones, se devolverán los envíos a la unidad de reparto (UR) para su correcto tratamiento y clasificación.

Las oficinas de Correos informatizadas también podrán prestar el **servicio gratuito de SMS** para informar de los envíos al titular del apartado.

Para activarlo se deberá grabar el teléfono móvil (no fijo) del titular del apartado en IRIS, en el campo «Nº móvil para SMS».

## Glosario

**CIF:** Es el código de identificación fiscal o NIF de una persona jurídica en España.

## Glosario

### Anulación de un contrato:

Finalización del contrato con la devolución del importe cobrado al cliente.

## Glosario

**Embarriado:** Proceso por el cual se separan y clasifican los envíos postales por barrios, calles, etcétera.

## Glosario

**SGIE:** Herramienta que permite gestionar las operaciones que se realizan sobre los envíos dentro de los procesos del flujo postal relativos a la clasificación, tratamiento, curso, distribución y entrega.

Luego, cuando llega un envío registrado para ser entregado en un apartado postal, al darlo de alta en SGIE en el apartado correspondiente, el sistema generará un mensaje SMS que llega al teléfono móvil del titular del apartado, en el que se le avisará que tiene a su disposición un envío registrado.

Otros **tipos de apartados** que se pueden contratar son:

**1. Apartado de franqueo en destino (FD):** servicio que permite a su titular recibir respuestas a encuestas o formularios enviados a sus propios clientes, con el formato autorizado y pagando aquel el importe de los envíos. Suele utilizarse para campañas de marketing y también para la atención posventa, con la ventaja de centralizar en un único lugar todas las respuestas y sin coste para los remitentes. Sus características son:

- Las respuestas tendrán la categoría de cartas, lo que garantizará la calidad de su entrega.
- La entrega de los envíos se realizará con la periodicidad que elija el cliente tras pagar el importe del franqueo correspondiente a los envíos que se retiran.

• **Medidas**

– Máximas:

- Sobre/Caja:  $L + A + A = 90$  cm ( $L, A, A \leq 60$  cm).
- Rollo/Tubo:  $L + 2D = 104$  cm ( $L, D \leq 90$  cm).
- Tarjeta Postal: 23,5 x 12 cm.

– Mínimas:

- Sobre/Caja: 14 x 9 cm.
- Rollo/Tubo:  $L + 2D = 17$  cm ( $L, D > 10$  cm).
- Tarjeta Postal: 14 x 9 cm.

## Glosario

**L:** Largo.

**A:** Alto.

**A:** Ancho.

**D:** Diámetro.



• **Peso**

- Hasta 2 kg.
- Los envíos dirigidos a un apartado FD se señalarán con una tarjeta de franqueo en destino adherida a su cubierta, con el diseño y las características gráficas requeridos.
- No se admitirán envíos registrados dirigidos a apartados de franqueo en destino. Cuando por error se hayan admitido, la oficina donde está el apartado entregará los envíos como cualquier correspondencia registrada. Si el cliente del apartado con franqueo en destino se niega a recibir correspondencia registrada, esta se devolverá de manera inmediata al remitente como correspondencia rechazada.

**2. Apartado de correspondencia comercial respuesta internacional (CCRI):** permite recibir respuestas a la correspondencia comercial enviadas desde otros países con carácter ordinario, con el formato autorizado por Correos. Sus rasgos distintivos son:

- Los envíos realizados mediante este servicio tendrán la categoría de carta, con la tarifa correspondiente a este producto, según el ámbito al que pertenezca el país de origen.
- **Medidas**
  - Máximas:
    - Sobre/Caja:  $L + A + A = 90$  cm ( $L, A, A \leq 60$  cm).
    - Rollo/Tubo:  $L + 2D = 104$  cm ( $L, D \leq 90$  cm).
    - Tarjeta Postal: 23,5 x 12 cm.
  - Mínimas:
    - Sobre/Caja: 14 x 9 cm.
    - Rollo/Tubo:  $L + 2D = 17$  cm ( $L, D > 10$  cm).
    - Tarjeta Postal: 14 x 9 cm.
- **Peso**
  - hasta 250 g
- En el caso de los países con los que Correos tiene un acuerdo especial, el tamaño y peso permitidos y demás características de este tipo de correspondencia serán como los de la carta internacional, y el peso podrá ser de hasta 2 kg. La lista actualizada de países con convenio especial se encuentra publicada en el documento de sistemas de franqueo disponible en la Intranet de Correos.

**3. Apartado 24/7:** posibilita al cliente acceder al casillero ubicado en la oficina postal las veinticuatro horas del día de los siete días de la semana; por tanto, solo podrá ser contratado en oficinas de Correos adaptadas para acceder a los casilleros durante todo el día. Esta modalidad de apartado se distingue por lo siguiente:

- Su numeración comienza siempre por las letras **VS** seguidas de un número (p. ej., VS1).
- Podrá tener **un solo titular o varios** (hasta un máximo de cinco) y tres autorizados.
- Para suscribir un apartado de este tipo, la persona física o jurídica interesada deberá rellenar y firmar una solicitud especial (modelo Apartado Postal 24/7).
- En caso de haber personas autorizadas, se aportarán sus documentos de identidad para verificar los datos, pero no es necesario dejar copia en la oficina.
- Durante la vigencia del contrato, el titular podrá solicitar por escrito la baja de todos o alguno de los cotitulares, o la cancelación total de la suscripción.
- El precio de este servicio se establecerá en función del tamaño del casillero contratado, de acuerdo con las tarifas publicadas por Correos.
- Correos depositará en el apartado los envíos ordinarios y de paquetería. En cambio, dejará una «tarjeta de aviso» para su retiro posterior en los siguientes casos: cuando

## Glosario

**Albarán:** Documento que prueba la entrega de un producto o la prestación de un servicio.

el tamaño de la paquetería sea superior al del casillero; cuando se trate de envíos registrados de otra modalidad, y cuando los envíos dispongan de valores añadidos (a excepción del Valor Declarado o Seguro).

- El envío será entregado en el casillero del apartado junto con un **albarán** de entrega del envío, que deberá ser firmado por el destinatario y depositado en el casillero instalado con ese fin en las oficinas de Correos. Si el destinatario del envío no cumple el albarán, se entenderá que el envío ha sido entregado en la fecha y hora de su puesta a disposición, de acuerdo con la información mostrada en la página web de Correos.

Para la suscripción de apartados FD o CCRI, el cliente deberá **entregar dos sobres o facsímiles** de los envíos a franquear en destino, en los que luego deberá agregar el número de apartado asignado por Correos.

Al contratar uno de estos servicios, la oficina de Correos deberá indicar al cliente que deberá **comunicar cualquier cambio** en los datos informados en el formulario de suscripción para poder actualizarlos en la base de datos y así prestarle un mejor servicio.

El titular de un apartado FD o CCRI deberá pagar una **fianza por derechos de franqueo**. Para ello, estimará la cantidad de envíos que prevé recibir por mes, número que servirá de base para calcular, en función de las tarifas vigentes en cada momento, el importe de la garantía.

El importe de la fianza corresponderá al 40% del franqueo de la cantidad prevista de envíos que calculó recibir por mes. Si a lo largo del año el número real de envíos recibidos supera en más del 50% las previsiones mensuales, en el momento de la renovación de la suscripción del apartado se podrá ajustar la garantía.

El titular o titulares podrán nombrar, por apartado, a un **máximo de tres personas autorizadas**. Las personas autorizadas tendrán permiso para retirar los envíos recibidos en el apartado. En el caso de los apartados con titulares adicionales será necesaria la conformidad de todos los titulares, puesto que la autorización hace referencia a su correspondencia. En el momento de realizar la autorización, los titulares del apartado deberán presentar fotocopia del documento oficial de identificación de los autorizados, y sus datos se registrarán en IRIS para un correcto control de las entregas de correspondencia.

Los apartados **franqueo en destino** solo pueden tener un suscriptor.

Al **grabar datos** de **FD** o **CCRI**, no pasarán a SGIE, ya que estos apartados están concebidos para recibir correo ordinario de cartas, tarjetas postales o correspondencia comercial.

## Buzón de vacaciones

El **buzón de vacaciones** es un servicio que permite guardar en las oficinas de Correos ciertos envíos dirigidos al cliente durante un periodo de tiempo determinado en que estará ausente de su domicilio.

Las **características principales** de este servicio son:

- Comprende toda la correspondencia ordinaria y los avisos de llegada de envíos registrados.
- Los envíos se guardan en la oficina de referencia del domicilio indicado en el contrato.
- Se puede contratar, por particulares o empresas, en las oficinas de Correos con pago en metálico o tarjeta de crédito, o en la página web con los medios de pago de la oficina virtual.
- La correspondencia registrada con entrega bajo firma del destinatario está supeditada a las condiciones de tiempo de permanencia en lista y no se guardará en el buzón de vacaciones.

Al suscribir el contrato, los clientes pueden elegir entre estas dos opciones:

- Recibir en su domicilio los envíos almacenados, con la modalidad de entrega de envío certificado.
- Recoger los envíos ordinarios en la oficina en que se contrató el servicio (los certificados se mandarían a lista y, para recoger los envíos registrados dirigidos a otros titulares, se requerirá la autorización de estos).

Los envíos ordinarios destinados al buzón de vacaciones serán despachados por la unidad de reparto (UR), diariamente o cuando los reciba, a la oficina de referencia del domicilio indicado en el contrato, en un sobre colector etiquetado con:

- El código del buzón.
- Un número de envío (que seguirá un orden secuencial) generado en la UR al imprimir las etiquetas, formado por tres dígitos (el primero será un 0 si la unidad es una URO, y un 1 si la unidad es una USE).
- El código de red.
- La denominación de la oficina de Correos.

Los envíos registrados se liquidarán con un intento de entrega (excepto las notificaciones, como se verá más adelante), con la **causa de liquidación** de reparto «Buzón de vacaciones». Estará disponible en la opción **Liquidación > Liquidación envíos reparto** (no estará habilitada en la liquidación de secciones ni en rurales).

En el siguiente cuadro puede verse el tratamiento de envíos en el servicio de buzón de vacaciones.

TIPO DE ENVÍO	LIQUIDACIÓN	TRATAMIENTO
Ordinario	No aplica.	Se enviará diariamente (o cuando se reciban envíos) a la oficina de referencia del domicilio indicado en el contrato, en un sobre colector que irá etiquetado con el código del buzón.
Registrado	Liquidación - Liquidación envíos reparto - Buzón de vacaciones.	Para este tipo de envío, se confeccionará el aviso de llegada de manera manual, se introducirá en el sobre colector que se envía al buzón de vacaciones y se mandará con el resto de avisados.

TIPO DE ENVÍO	LIQUIDACIÓN	TRATAMIENTO
Registrado	Liquidación - Liquidación envíos reparto - Buzón de vacaciones.	Para este tipo de envío, se confeccionará el aviso de llegada de manera manual, se introducirá en el sobre colector que se envía al buzón de vacaciones y se mandará con el resto de avisados.
Carta ordinaria urgente y aviso de servicio	Liquidación - Liquidación envíos reparto - Buzón de vacaciones.	Se introducirán en el sobre colector que se envía a la dirección del buzón, sin pasar a lista. Debe darse por entregada en la aplicación.
Notificaciones	<b>Primer intento:</b> «Ausente». <b>Segundo intento:</b> «Buzón de vacaciones», al día siguiente, guardando una hora de diferencia (para notificación judicial) o tres horas de diferencia en distinto turno (para notificación administrativa).	Para este tipo de envío, se confeccionará el aviso de llegada de manera manual, se introducirá en el sobre colector que se envía al buzón de vacaciones y se mandará con el resto de avisados.
<b>Notificaciones con acuerdo especial</b>		
De tercer intento turno tarde	<b>Primer intento:</b> «Ausente». <b>Segundo intento:</b> «Ausente», al día siguiente, guardando la hora de diferencia. <b>Tercer intento en USE:</b> «Buzón de vacaciones».	Para este tipo de envío, se confeccionará el aviso de llegada de manera manual, se introducirá en el sobre colector que se envía al buzón de vacaciones y se mandará con el resto de avisados.
De depósito en buzón	<b>Primer intento:</b> «Ausente». <b>Segundo intento:</b> «Buzón de vacaciones», al día siguiente, guardando la hora de diferencia.	Se introducen en el sobre colector con el resto de los envíos ordinarios y avisos de llegada.

Las oficinas de Correos de las comunidades con lengua cooficial podrán proporcionar formularios en el idioma de la comunidad autónoma.

El formulario con los datos podrá ser entregado en cualquier oficina de Correos para que esta dé de alta el servicio en IRIS, lo cual podrá demorar entre una y catorce semanas.

## Reenvío postal

El **reenvío postal** es el servicio que permite que un destinatario que cambie de domicilio reciba su correspondencia en su nueva dirección, durante un periodo limitado.

Este servicio podrá ser prestado en el ámbito nacional y en el internacional.

La modalidad del reenvío postal podrá ser:

- Si el cambio de dirección es **definitivo**, al finalizar el periodo de contratación, la correspondencia que llegue al domicilio original se devolverá a la dirección del remitente como «desconocido».
- Si el cambio de dirección es **temporal**, al finalizar el periodo de contratación, la correspondencia se seguirá cursando bajo el procedimiento habitual al domicilio que figure en el envío (el original).

La **duración** del servicio podrá ser de uno, dos o seis meses.



Las características de este servicio son:

- Incluye las líneas **básica**, **urgente** y **económica**.
- Admite las modalidades **ordinaria** y **certificada**.
- La correspondencia urgente pierde su carácter de **urgencia** por la reexpedición.
- Permite **notificaciones**, salvo cuando el remitente haya acordado la no reexpedición.
- Se **exceptúan de la reexpedición internacional** los productos Paquete Azul, Paq Premium y Paq Estándar.
- Se excluyen del servicio:
  - Los certificados con aviso de recibo en el caso de reenvíos internacionales.
  - Los giros y servicios telegráficos en general (seguirán sujetos a la normativa particular, con la tarifa individual vigente en cada momento de reexpedición).
  - La correspondencia de franqueo en destino (solo puede enviarse a otro apartado de franqueo en destino).

El **plazo** del servicio dentro de España es de entre un día (dentro de la misma localidad) y tres días (a otra provincia). En el ámbito internacional, dependerá de los países de destino.

#### 4.2.4. Servicios de fidelización

##### Tarjeta Más Cerca

Más Cerca es la tarjeta de **fidelización** de Correos. Su objetivo es identificar a los clientes a la hora de realizar una compra.

Desde el punto de vista de **Correos**, la tarjeta permite recuperar los datos del remitente y evitar así el tener que introducirlos de forma manual en IRIS. IRIS permitirá modificar los datos de remitente, en caso de que el cliente necesite introducir otros datos, pero dicha modificación no será permanente: solo valdrá para la operación en curso. Los cambios permanentes deberán realizarse en la aplicación de la tarjeta.

Desde la óptica del **cliente**, la tarjeta Más Cerca sirve para no aportar la documentación requerida cada vez que tenga que llevar a cabo un proceso en el que dichos datos sean necesarios.

Las características de la tarjeta Más Cerca son las siguientes:

- Pueden ser clientes de tarjeta los particulares y empresas que firmen el contrato de la tarjeta y acepten las condiciones de uso, así como un cliente que tenga un contrato comercial con Correos.

#### Glosario

**Fidelizar:** Conseguir, de diferentes modos, que los empleados y clientes de una empresa permanezcan fieles a ella.





## Glosario

### DOI (Documento Oficial de Identidad):

Identificación de un objeto digital sin su URL. Si llegara a modificarse la URL, el objeto continuaría teniendo la misma identificación.

- Siempre tiene que haber un **DOI** de una persona física.
- Si el cliente es particular, el DOI coincidirá con el del cliente.
- Si el cliente es empresa, el DOI asociado será el del representante legal de la misma.
- La tarjeta es personal e intransferible.
- Un contrato de tarjeta permite una tarjeta titular (obligatoria) y varias tarjetas adicionales (hasta 4 gratuitas).
- Un DOI puede ser titular de solo un contrato, pero puede aparecer como tarjeta adicional en otros.
- La tarjeta puede no contar con ningún dato en la misma, salvo el número de cliente en el código de barras, y que todos los demás datos asociados a ese número estén en el sistema de Correos, o bien puede ir personalizada con los datos del cliente si este así lo indica en el momento de la contratación.
- Más Cerca sirve como tarjeta de prepago recargable, pero solo para pagos en Correos. Para utilizarla como tal, se debe activar y realizar una recarga (la mínima es de 1 euro, la máxima de 999,99 euros en efectivo).
- Solo se podrán hacer anulaciones de recargas que se hayan hecho en el mismo día, y dichas anulaciones solo se podrán llevar a cabo con el perfil del director.

Cabe destacar que todos los meses se le remitirá al cliente una **factura automática** por correo electrónico. Dicha factura se hará siempre al contrato, no a las tarjetas adicionales, y se enviará el primer día de mes con las operaciones para las que no se hubiera solicitado factura hasta el momento.

El cliente puede optar por no recibirla. De no hacerlo, el sistema facturará mensualmente todo lo que no se haya facturado durante el mes.

En cuanto a **las tarjetas adicionales**, se debe decir que están pensadas para clientes que operan con Correos a través de terceros (empleados, mensajeros). Permite asociar operaciones y disfrutar de las ventajas del contrato sin ceder la tarjeta personal. Las operaciones de las tarjetas adicionales se pueden controlar por separado.

El titular del contrato es el que tiene la potestad de solicitar tarjetas adicionales, asignar las tarjetas a los DOI de otras personas y configurar las condiciones de uso (como límites de gasto) para cada tarjeta. En caso de las empresas, estos derechos los ejerce el representante legal.

Las cuatro primeras tarjetas son gratuitas, pero pueden generarse más.

## Programa Postlibris

El Programa Postlibris es una vía con la que Correos quiere apoyar y fomentar la distribución de libros dentro del territorio nacional. Consiste en la aplicación de un descuento en la tarifa nacional de envío de libros, junto con la posibilidad de acceder a la tarifa Paquete Postlibris.

Pueden acogerse al programa empresas editoras, distribuidoras de libros y establecimientos de venta de libros a distancia. El contenido que abarca son libros, material fonográfico, videográfico y textos de enseñanza.

Sus **ventajas** son las siguientes:

- Descuento del 25% en la tarifa de libros (nacionales) en envíos ordinarios.
- Paq Estándar Oficina elegida (descuento del 30% en la tarifa del Paq), quedan fuera del descuento los valores añadidos:
  - Prueba de Entrega Electrónica (PEE).
  - Reembolso.
  - Seguro.



Hasta el año 2015, los clientes Postlibris se identificaban con una tarjeta especial. A partir del año 2016, la tarjeta que identifica a los clientes Postlibris es Más Cerca, que se entrega tras el alta en Postlibris si el cliente no la tenía ya. Para el resto, los descuentos de Postlibris son incompatibles con cualquier otro ofrecido por Correos.

Para acogerse al programa Postlibris se deberá acreditar la pertenencia a una de las siguientes actividades profesionales:

1. Edición de libros.
2. Otras ediciones NCOP.
3. Comercio al por mayor de libros, periódicos y revistas.
4. Comercio al por menor de libros, periódicos y revistas.
5. Comercio al por menor por correo o por catálogo.

Los documentos que acreditarán dichas actividades son la Declaración Censal (Modelo 36) o la Declaración Censal Simplificada (Modelo 37).

#### 4.2.5. Servicios para el ciudadano

##### Registro en oficinas (ORVE)

ORVE (Oficina de Registro Virtual) es una aplicación que permite el intercambio de documentos digitales entre los ciudadanos (personas físicas o empresas) y los organismos de la Administración Pública. Las oficinas de Correos funcionan como **punto de registro** de **ORVE**.

La documentación presentada por el ciudadano para su registro en ORVE deberá cumplir ciertas condiciones:

- Estará en formato A4, al descubierto y con bordes lisos. Los empleados de Correos no realizarán fotocopias de tamaño mayor de A4.
- No se admitirán documentos electrónicos. Si el cliente presenta documentos electrónicos, se habrá de enviar el dispositivo de su almacenamiento (USB, CD, etc.) por correo postal certificado, tal y como veremos más adelante.
- Si el documento que presenta el cliente no es legible o, una vez escaneado, no tiene la suficiente nitidez para poderlo cotejar con el original, se le indicará que no se puede enviar digitalizado, pero se le ofrecerá el procedimiento de certificado administrativo.

A la hora de enviar los documentos a través de ORVE, los empleados de Correos podrán seleccionar entre tres opciones:

- **Copia original**, cuando se envía la documentación física, sin digitalizar, a través del correo postal.
- **Copia auténtica**, si se digitaliza un original cuya veracidad ha sido cotejada por el empleado y se verifica la identidad con la documentación oficial de la persona que la aporta.
- **Copia**, si no se puede asegurar que el documento que se escanea sea original.

Los envíos de documentos escaneados cuentan con límites de tamaño. A saber:

- Máximo de cinco documentos por envío.
- Cada documento no puede pesar más de 10 MB.
- El total de los documentos no puede sobrepasar los 15 MB (40 páginas, aproximadamente).

Para poder cumplir con el requisito de **cotejar los documentos**, primero deberán ser escaneados. La aplicación de escritorio mostrará un mensaje automático diciendo que los documentos han sido escaneados de forma correcta. Preguntará, también, si el usuario desea continuar y abrirlos. Si la respuesta es «Sí», los documentos escaneados se abrirán.

Solo el Director de Oficina puede acceder al **mantenimiento del registro digital**. La ruta es la siguiente: **Gestión > Mantenimiento > Registro digital**. El campo de usuario se cargará con todos los usuarios de la oficina. Se pulsará el botón «Buscar» para obtener los registros digitales admitidos en el sistema.

Una vez localizado un registro digital, se podrá pulsar el botón «Consultar» para acceder a él.

Si es necesario modificarlos, se seleccionará un registro para, a continuación, pulsar el botón «Modificar». Una vez modificado, el usuario pulsa el botón «Aceptar» para guardar los cambios y la diferencia sube a bolsa.

Este procedimiento solo se podrá llevar a cabo en la fecha de admisión, y siempre antes de que el registro digital se haya transmitido.

Para **dar de baja** un registro digital habrá que seleccionarlo y pulsar el botón «Suprimir», siempre y cuando se haga esto en la fecha de admisión y todavía no se haya podido realizar la transmisión.

Una vez se pulse el botón «Aceptar», se dará de baja el registro, se actualizará la fecha de baja y la cantidad negativa se subirá a IRIS. La cantidad habrá de ser devuelta al usuario.

En el primer acceso desde un puesto al portal ORVE de Registro Digital del Ministerio de Hacienda y Función Pública (MINHAP) aparecerá una pantalla en la que se deberá completar la autenticación del usuario de Correos:

1. Se accederá a «Autentica».
2. En la pantalla emergente que aparece, se seleccionará el certificado, sobre el que se deberá pulsar para cancelar.
3. Una vez cancelado el certificado, se abrirá el portal de acceso a «Autentica», en el que habrá que entrar con el usuario y la contraseña corporativos del empleado.

El SIR (Sistema de Interconexión de Registros) no permite anular un registro una vez que se haya enviado. Así pues, se pueden dar las siguientes situaciones:

- Haber enviado un registro **con errores** (documentación incompleta, errónea o defectuosa). En este caso habrá que enviar un nuevo registro a la Oficina de Registro Destino en el que se indicará que el envío anterior es erróneo y se solicitará su rechazo. También habrá que subsanar los errores y adjuntar el justificante del primer registro (la fecha y hora de entrada de dicho registro inicial serán las que tengan validez a efectos de fecha y hora para la presentación del ciudadano).
- Haber enviado un registro **por error**. Si se ha enviado un registro que no se debía, se contactará con la Oficina de Registro Destino para indicar que dicho envío es erróneo, y se solicitará su rechazo.
- Haber enviado a la **Unidad de Tramitación Destino equivocada**. En este caso, la Oficina de Registro Destino reenviará el trámite a la unidad correcta.

Desde el punto de vista del receptor, los asientos recibidos de forma errónea se deben reenviar al destino correcto, siempre que se conozca tal destino y esté integrado en SIR. Los asientos recibidos solo podrán ser rechazados en Destino, siempre indicando la justificación, si:

- así lo solicita la oficina de tramitación;
- la documentación anexa está incompleta, es errónea, o defectuosa;
- está dirigido a Administraciones no integradas en SIR y, por lo tanto, no se puede reenviar de forma telemática, o
- no se conoce el destino correcto.

Una Oficina de Registro Destino nunca rechazará un registro por considerarse no competente ante el procedimiento. Dicha unidad será la responsable de realizar las actuaciones pertinentes: remitir la documentación al órgano que considere competente o, en su defec-

## Glosario

**SICRES:** Se utiliza para normalizar el intercambio de asientos registrales entre distintas oficinas de registro de documentos de entrada y salida. Para ello, establece la información mínima necesaria para realizar el intercambio de un asiento registral, así como la estructura de dicha información y los requisitos tecnológicos mínimos que deben cumplirse durante el intercambio.



to, efectuar la notificación correspondiente al interesado, conforme a la legislación sobre Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas.

Por su parte, el equipo de dirección de la Oficina de Correos debe **comprobar siempre** la carpeta de «Enviados/Rechazados». Ahí se encontrarán los registros rechazados por las oficinas de registro destino. Al pulsar sobre alguna de las entradas de esta bandeja se mostrará una nueva pantalla con los datos del registro, divididos en diferentes secciones: estado de la entrada, origen y destino, datos del interesado, asunto y anexos. En la parte superior se indica quién ha rechazado la entrada, a quién se le ha rechazado y el motivo del rechazo.

Cada entrada contará con varias opciones:

- 1. Replicar registro:** se abrirá un formulario con los datos del registro actual para hacer uno nuevo, con datos similares y de forma rápida.
- 2. Reenviar:** se podrá enviar el registro a otra entidad de nuestra elección, aunque habrá que especificar en observaciones el porqué del reenvío.
- 3. Rectificar:** permitirá crear un nuevo registro a partir de los datos del original, con la posibilidad de rectificar los erróneos. La nueva versión adjuntará un justificante del registro original.
- 4. Marcar como leído:** se marcará completado, y su tramitación se dará por finalizada.

En caso de enviar de nuevo el registro, se deberá consultar la causa del rechazo y resolver el error.

La Gestión de incidencias (segunda visita) se iniciará cuando una de las oficinas de Correos haya realizado un Registro Electrónico por ORVE a cualquiera de los organismos adscritos y este lo haya rechazado por causas atribuibles al proceso de envío.

Estos motivos suelen estar relacionados con fallos en el proceso de cotejo de la información digitalizada. En este caso, se requerirá que el ciudadano vuelva a las oficinas de Correos a repetir la operativa de digitalización y envío al organismo destinatario.

Los casos en que la incidencia no se deba al proceso de digitalización, sino al contenido o la forma en que se ha presentado, ya no se canalizarán a través de Atención al Cliente de Correos (ATC), sino que el organismo destinatario se pondrá en contacto con el ciudadano.

En caso de que la problemática sea de su competencia, ATC aplicará el procedimiento de comunicación con el ciudadano: varios intentos de comunicación a lo largo de dos días y por todos los medios posibles. De no conseguirlo, se enviará un burofax a la dirección postal que figura en los datos personales de ORVE.

Una vez haya contactado con el ciudadano, ATC determinará la oficina donde repetir el proceso de digitalización y hará un reenvío en ORVE a la oficina destino de Correos.

Si la oficina es distinta de la que realizó el trámite original, ATC deberá hacer un reenvío del asiento registral a la nueva oficina. Para ello buscará en ORVE el asiento registral original,

accederá a este y mediante la opción «Reenviar» lo mandará a la nueva oficina de Correos que ha indicado el ciudadano.

Una vez que el ciudadano haya sido contactado por ATC y tenga que volver a una oficina a rehacer el proceso de registro, se procederá a rectificar el registro en ORVE.

## Servicios de la DGT

- Los ciudadanos podrán solicitar, a través de las oficinas de Correos, un **duplicado del permiso de circulación de un vehículo**. Solo podrán tramitarlo por esta vía en caso de extravío, deterioro o sustracción. Para el resto de los casos, acudirán a la Jefatura Provincial de Tráfico.

Para tramitar la solicitud: menú de Admisión de **IRIS > Solicitudes DGT > Duplicado Permiso de Circulación.**

Ahí se deberán aportar:

1. Número de matrícula.
2. Tipo de documento.
3. Número de documento del titular del vehículo.

Habrá que escoger el motivo de la solicitud (extravío, deterioro, o sustracción) e identificar como tal al usuario si es una persona autorizada. El siguiente paso será pulsar el botón «Aceptar formulario», que se activará cuando todos los campos estén cubiertos. Por último, se indicará al cliente que revise la información en la tableta, se recogerá la firma, se pulsará «Aceptar» para finalizar, se cerrará la ventana informativa y se cobrará la bolsa en IRIS.

En **caso de incidencia** se podrán reimprimir o reenviar los documentos, pero solo el mismo día de la solicitud y en la misma oficina.

- A través de la Oficina de Correos se podrá solicitar la emisión de **informes de vehículos a la DGT**. Habrá que acudir al menú de Admisión de **IRIS > Solicitudes DGT > Informe de vehículos.**

Se seleccionará el **tipo de informe**:

1. Informe técnico completo de vehículo.
2. Vehículos a mi nombre.

Y el **motivo de la solicitud**:

1. Posible adquisición del vehículo.
2. Certificado de no titularidad del vehículo para otras administraciones y entidades.
3. Verificación de datos técnicos y administrativos, y entidades.
4. Investigación de vehículos implicados en siniestro o colisión.
5. Abandono de vehículo en la vía pública.

## Glosario

**DGT:** Dirección General de Tráfico.

Para hacerse con el informe técnico completo de vehículo, la documentación que el usuario necesitará dependerá del papel que ejerza:

- 1. Persona física en su nombre:** DOI.
- 2. Persona física que ha sido autorizada por otra persona:** DOI del autorizado y documento acreditativo de la representación.
- 3. Persona jurídica:** tarjeta de identificación fiscal, acreditación de la representación y DOI del representante o autorizado.

Los **documentos** deben estar en **vigor**. De tratarse de fotocopias, deberán estar compulsadas por un organismo público competente para dicha tarea.

Una vez comprobada la validez e informados los datos necesarios, se le devolverá la documentación al cliente sin realizar copia, escaneo o custodia en papel alguna.

El «Informe de vehículos a mi nombre» solo puede ser solicitado, de forma presencial, por el interesado en persona. Dependiendo de la condición del solicitante, la documentación necesaria varía:

- **Persona física en su nombre:** DOI.
- **Persona jurídica:** tarjeta de identificación fiscal, acreditación de la representación y DOI del representante o autorizado.

Al usuario se le presentará una pantalla donde se le requiere cierta información. Primero, el **medio para recibir la documentación**:

1. Imprimir en oficina.
2. Enviar por *e-mail* (marcado por defecto).

Luego, **los datos del solicitante**:

1. Tipo de DOI (DNI, NIE o CIF).
2. Número de DOI.
3. Nombre/Razón social.
4. Apellidos (no requeridos en caso de ser una persona jurídica).
5. Solicitante Autorizado. La casilla solo se marcará, y de forma automática, si se ha escogido un CIF como DOI. Es decir, si se trata de una persona jurídica (empresa, sociedad, organismo). También aparecerá una casilla con la Declaración Responsable mencionada anteriormente, que se deberá marcar para continuar.

Se aceptará la ventana de la firma para finalizar. A partir de ahí, la solicitud se enviará a la DGT y **no se podrá cancelar**. La DGT devolverá la información solicitada y aplicará la tasa al cliente por la prestación del servicio.

Por último, se generará un original de cada documento para el cliente. En la oficina no se guardará ninguno.



El contenido del **Formulario de Informe de vehículos** es el siguiente:

1. Tipo de informe y motivo de la solicitud.
2. Número de tasa.
3. Identificador del informe.
4. Tipo de tasa: 4.1.
5. Cuantía de la tasa.
6. Referencia a la liquidación de la tasa por parte de Correos: «El solicitante autoriza a la Sociedad Estatal Correos y Telégrafos S.A., S.M.E. (Correos) a liquidar en su nombre con el Organismo autónomo Jefatura Central de Tráfico el importe de la tasa pública aplicable a la prestación del servicio».
7. Información y código para descargar el documento. «Puedes descargar el informe del vehículo durante 30 días naturales, en la página web de Correos».
8. Oficina de admisión: Codired/Denominación de la oficina.
9. Localidad.
10. Fecha/Hora.
11. Importe total a pagar (Tasa DGT + coste del servicio de Correos).
12. Nombre y apellidos o razón social del solicitante.
13. DOI de solicitante.
14. *E-mail* (solo si lo facilita el cliente).
15. Si la solicitud la realiza un representante, se incluirá su identificación: nombre, apellidos y DOI, y la indicación de que dispone de la autorización del solicitante.
16. Información del uso de los datos personales del cliente por parte de Correos.

Por su parte, el **Informe de vehículos** incluye lo siguiente:

- 1. Informe del Vehículo**, con toda la información administrativa, identificación del titular, municipio donde está domiciliado el vehículo, historial de ITV, kilometraje, número de titulares, cargas, así como datos técnicos, puntuación Euro NCAP (Programa Europeo de Evaluación de Automóviles Nuevos) y mantenimiento que conste en el Registro de vehículos.
- 2. Informe de Titularidad de Vehículos**, que reflejará los vehículos que, en el momento de la consulta, consten a nombre del interesado. Únicamente se reflejarán los datos de los vehículos activos.

La reimpresión solo se podrá realizar en la oficina donde se realizó la solicitud y en el mismo día en que se solicitó (hasta el cierre de la caja de oficina).

El **Cambio de Titularidad de Vehículo** es el trámite en que **el comprador de un vehículo le comunica a Tráfico su transferencia** y que se puede llevar a cabo en Correos.

Se accederá a ello en IRIS: **Admisión > Solicitudes DGT > Cambio de Titularidad de Vehículos.**

Aparecerán en la pantalla una serie de supuestos que no se podrán tramitar en Correos. Habrá que verificar que el cambio de titularidad que se solicita no incluye ninguno:

- Cambio de servicio de vehículo.
- *Renting* de vehículo.
- Cambios de titularidad por sucesión o donaciones.
- Adjudicación judicial o en subasta.
- Compraventa en posesión del vehículo.
- Existencia de cotitulares, en caso del vendedor del vehículo.
- Transmisión del vehículo en Ceuta, Melilla y Canarias a Península y Baleares, y viceversa.

Al marcar alguna casilla de los supuestos excluidos se mostrará el mensaje: «Supuestos no tramitables en Correos, el cliente debe dirigirse a la Jefatura Provincial de Tráfico para notificar la venta».

Se informará al cliente de la imposibilidad de realizar el trámite en Correos y de que deberá dirigirse a Tráfico para realizar el cambio de titularidad del vehículo.

La condición del vendedor del vehículo hará que el solicitante tenga que aportar un documento u otro para acreditar la transmisión. Habrá que seleccionar la opción correspondiente:

- **Autónomo:** número de factura y Código IAE del vendedor.
- **Empresa:** número de factura.
- **Particular:** código postal.

Si la compra se realiza entre particulares y el solicitante presenta un contrato de compraventa, el **comprador deberá aportar el justificante** (modelo 620 o 621 de la Agencia Tributaria) de **haber liquidado el ITP** (Impuesto de Transmisiones Patrimoniales) con la Comunidad Autónoma en la que resida. Ahí deberá figurar el **Código Electrónico de Transferencia** (CET). Sin este no se podrá realizar el cambio de titularidad.

La venta de vehículos entre particulares que no estén obligados a liquidar el ITP no se podrá tramitar en las oficinas de Correos, cuyo sistema no autorizará el cambio de titularidad, **salvo en excepciones.**

Una de esas excepciones son las Comunidades Autónomas en las que su Oficina Liquidadora del ITP le comunica a Tráfico las liquidaciones por vía telemática. En la actualidad, esto solo se aplica a clientes con domicilio en Murcia y La Rioja.

Otra **excepción** a la anterior norma general **será que el comprador aporte una factura donde figure el IVA** (o impuesto equivalente) aplicado a la transacción. Eso querrá decir que el vendedor es un empresario en el ejercicio de su actividad. En este caso, el comprador **no estará obligado al pago del ITP y no tendrá que informar del CET.** Aparecerá, pues, un campo donde se deberá informar del número de la factura.

El sistema deberá verificar si existe en Tráfico alguna anotación sobre el vehículo que impida la transmisión. Para ello, aparecerá una pantalla donde se introducirá la siguiente información:

1. Número de matrícula.
2. Tipo de DOI del vendedor.

3. Número DOI del Vendedor, que debe ser el mismo que figura en el permiso de circulación (si se aporta) y en el contrato de compraventa.
4. Tipo de DOI del Comprador.
5. Número de DOI del Comprador, que debe ser el mismo que se indica en el contrato de compraventa.

Si el ciudadano solicita el informe, se le tramitará y se entregará junto a él un **impreso con información e instrucciones de la DGT**, para que pueda eliminar cualquier anotación sobre el vehículo y continuar con el trámite. Dicho documento está en la intranet de Correos: **Conecta > Cómo trabajamos > Procesos > Procesos de Oficina > Procedimiento servicios DGT no tramitables en Correos.**



Si **la respuesta de la DGT es negativa**, o el cliente no desea obtener un informe del vehículo, se le comunicará la imposibilidad de realizar el cambio de titularidad en Correos. Se le indicará que debe dirigirse a la Jefatura Provincial Tráfico y solicitar cita previa a través del teléfono 060, o en la página web de la DGT. Allí le informarán del motivo que imposibilita el trámite.

En caso de que **la respuesta de la DGT sea positiva**, aparecerá el siguiente mensaje: «Solicitud Tramitable. Informa al cliente que el importe total del servicio es XX,XX €, de los cuales XX,XX € corresponden a la tasa que aplica la DGT».

Se aceptará la ventana informativa. A continuación, se mostrará otra con la documentación a solicitar:

- 1. Permiso de Circulación del vehículo:** se comprobará la veracidad de la información del vehículo a través de este documento. Si este ha quedado en posesión del vendedor o se ha extraviado, se firmará un compromiso de que se procederá a su destrucción si se dispone de él.
- 2. Documento acreditativo de la transmisión**, en que conste el DNI, CIF o NIE del vendedor, del comprador y su domicilio. Esto puede ser:
  - el contrato de compraventa, o
  - una factura, en caso de las personas jurídicas.
- 3. Documentación acreditativa de la identidad del solicitante**, tanto si es el comprador del vehículo como una persona autorizada. Dichos documentos deberán estar en vigor, no serán válidos los documentos caducados. De tratarse de fotocopias, deberán estar compulsadas por un organismo público competente para esta tarea.
  - Si son personas físicas: DOI original.
  - Si son personas jurídicas: tarjeta de identificación fiscal, acreditación de la representación, DOI del autorizado/apoderado.
- 4. Autorización del representante.** Cuando el solicitante no sea el comprador del vehículo, deberá aportar una autorización firmada por el comprador para tramitar el Cambio de Ti-

tularidad del Vehículo en su nombre. En él tendrá que constar la gratuidad de su gestión, así como acreditar su identidad con la misma documentación que el comprador.

- 5. Certificado de empadronamiento**, solo en caso de que se vaya a acreditar el nuevo domicilio fiscal del vehículo y no coincida con el que figura en el DOI del comprador. Deberá tener una antigüedad menor a tres meses.
- 6. Fotocopia del DOI del vendedor** y, en caso de que sea una persona jurídica, **fotocopia de la tarjeta de identificación fiscal**.

A continuación, se presentará al usuario un formulario con los datos ya informados, que no podrán ser editables. Ahí habrá que recoger el resto de información obligatoria:

- 1. Datos del vehículo:** fecha de matriculación.
- 2. Datos del vendedor:**

- Marcar en qué condición actúa: particular/autónomo (si es una persona jurídica figurará marcado «Empresa»).
- Proporciona permiso de circulación: Sí/No.
- Nombre (en caso de que sea una persona jurídica se indicará la denominación social y no se mostrarán los campos para los apellidos).
- Primer apellido.
- Segundo apellido.
- Fecha de nacimiento.
- Sexo: Varón/Mujer.

Cubiertos los campos obligatorios, se habilitará el botón «Continuar». Al pulsarlo se pasará a recoger la información del comprador. También aparecerá el botón «Cancelar» para anular la solicitud y regresar al inicio de IRIS.

En los **datos del comprador** habrá que:

1. Marcar en qué condición actúa: particular/autónomo (si es una persona jurídica figurará marcado «Empresa»).
2. Proporciona permiso de circulación: Sí/No.
3. Nombre (en caso de que sea una persona jurídica se indicará la denominación social y no se mostrarán los campos para los apellidos).
4. Primer apellido.
5. Segundo apellido.
6. Fecha de nacimiento.
7. Sexo: Varón/Mujer.

Si el solicitante no es el comprador del vehículo, el empleado marcará **la casilla** «Persona Autorizada/Representante». Se abrirá un nuevo espacio para recoger los siguientes datos:

1. Nombre.
2. Primer apellido.
3. Segundo apellido.

4. Fecha de nacimiento.
5. Tipo DOI Representante: DNI/NIF.
6. Número de documento.

El **domicilio del comprador** será el que figura en la fotocopia del DOI, salvo si se aporta un certificado de empadronamiento de antigüedad inferior a tres meses. En dicho caso, se marcará la casilla habilitada para ello y a continuación se escaneará el documento.

La dirección postal para recibir el nuevo permiso puede ser diferente del domicilio del comprador. Habrá que desmarcar la casilla «Misma dirección del Comprador» e introducir la información.

El solicitante tendrá que escoger entre recibir el formulario por *e-mail* o imprimirlo en la oficina de Correos.

A continuación, se escaneará la documentación aportada por el solicitante, pues el sistema no permitirá continuar hasta que no se haya hecho. Dependiendo de cada caso, esta puede ser:

1. contrato de compraventa o factura,
2. autorización del representante, o
3. certificado de empadronamiento.

Habrá que pulsar sobre el icono del escáner y el sistema hará una llamada a GESCAN. Se procederá como se indica en el proceso de escaneo de documentación publicado en Conecta.

Cuando el documento se haya adjuntado de forma correcta, se mostrará un signo de confirmación y el texto «Completado». También se mostrará un icono de cubo de basura para borrarlo en caso de error.

Tras haber escaneado la documentación, y cumplimentado todos los datos, se activa el botón «Finalizar y firmar». Se mostrará asimismo el botón «Volver» para regresar a la pantalla anterior.

Si se finaliza, se mostrará un mensaje al usuario: «Solicita el importe al cliente para continuar. Esta operación no se puede anular».

Informado el cliente, se aceptará esta ventana y se capturará la firma en la tableta digitalizadora. Aparecerán ahí dos botones:

1. «Cancelar»: anula la pantalla de captura de la firma para regresar a la pantalla anterior, es decir, al formulario cumplimentado y la documentación escaneada.
2. «Aceptar»: se pulsará cuando el cliente haya estampado la firma correctamente.

El cliente se comprometerá, mediante firma en la pantalla de esta cláusula, a destruir el Permiso de Circulación vigente del vehículo en caso de disponer de él. Dicha cláusula también aparecerá en el impreso de la solicitud.

Cabe destacar que, una vez que se **acepta la firma**, la **operación no se puede anular**. Correos comunicará a Tráfico el Cambio de Titularidad del Vehículo y aplicará la Tasa pública por la prestación del servicio.

Si la respuesta de tráfico es positiva, se presentará en la pantalla un mensaje que **confirmará la notificación de venta**: «El Cambio de Titularidad de Vehículo se ha tramitado correctamente, se va a imprimir o enviar por *e-mail* la solicitud para el cliente». El usuario deberá aceptarlo con el botón correspondiente.

Se generará un formulario de solicitud. Solo se imprimirá o enviará por *e-mail* una copia para el cliente. En la oficina no se guardará ningún documento en papel.

También se imprimirá, o se enviará al *e-mail*, una Autorización Provisional de Circulación con una validez de 90 días, que permitirá al comprador circular con el vehículo hasta recibir el nuevo Permiso de Circulación.

- La **Notificación de venta** de vehículos consiste en el trámite que realiza el vendedor por el que comunica a la DGT el cambio de titularidad. Se puede llevar a cabo en Correos.

Cabe destacar que este trámite **no exime** al comprador de realizar el Cambio de Titularidad.

Para tramitar la solicitud habrá que acceder en IRIS a **Admisión > Solicitudes DGT > Notificación de Venta**.

Se presentarán en la pantalla una serie de supuestos que no se pueden tramitar en Correos. Se deberá verificar, mediante preguntas al cliente, que el proceso no incurre en ninguno de ellos:

1. Cambio de servicio de vehículo.
2. *Renting* de vehículo.
3. Cambios de titularidad por sucesión o donaciones.
4. Adjudicación judicial o en subasta.
5. Compraventa en posesión del vehículo.
6. Existencia de cotitulares, en el caso del vendedor del vehículo.
7. Transmisión del vehículo en Ceuta, Melilla y Canarias a Península y Baleares, y viceversa.

Al marcar alguna casilla de los supuestos se mostrará este mensaje: «Supuestos no tramitables en Correos, el cliente debe dirigirse a la Jefatura Provincial de Tráfico para notificar la venta».

En tal caso se informará al cliente de la **imposibilidad de realizar el trámite en Correos**. Se le indicará que tiene que dirigirse a Tráfico para realizar la Notificación de Venta.

Si el cliente **no incurre en ninguno de los supuestos**, el usuario marcará la casilla de confirmación junto al texto: «El cliente manifiesta que la notificación de venta no está contemplada en ninguno de los supuestos indicados». Se activará el botón «Continuar».

También se mostrará el botón «Cancelar», que hará regresar a la ventana de inicio de IRIS y cancelar la solicitud.

El sistema realizará una la **consulta a la DGT** para verificar si existe en Tráfico alguna **anotación sobre el vehículo** que impida la transmisión. Para ello se presentará una pantalla para introducir la siguiente información:



1. Número de la matrícula del vehículo.
2. Tipo de DOI del Vendedor.
3. Número de DOI del Vendedor, que deberá ser el mismo que figura en el permiso de circulación (si se aporta) y en el contrato de compraventa.
4. Tipo de DOI del Comprador.
5. Número de DOI del Comprador, que deberá ser el mismo que se indica en el contrato de compraventa.

Cubiertos los datos obligatorios, se activará el botón «Continuar», al pulsarlo se realizará la consulta a la DGT. También se mostrará el botón «Cancelar» para anular el trámite y regresar al inicio de IRIS.

Si la respuesta a la consulta es que el proceso no se puede tramitar, el empleado deberá ofrecer al ciudadano el servicio de **Informe de Vehículos** de la DGT: su objetivo es identificar el motivo por el cual el vehículo no se puede tramitar en Correos. Se le indicará el coste y se esperará la respuesta.

Si el ciudadano solicita el informe, se le entregará también un impreso con información e instrucciones de la DGT, con los posibles impedimentos que figuran en él. Así podrá eliminar la anotación que impide el trámite. Este documento se encuentra publicado en la intranet de Correos, Conecta.

Si la **respuesta de la DGT es negativa**, o el cliente no quiere obtener un informe del vehículo, se le comunicará la imposibilidad de realizar la notificación en la Oficina de Correos. Se le explicará que debe dirigirse a la Jefatura Provincial Tráfico, con cita previa a través del teléfono 060 o la página web de la DGT. Ahí le informarán del motivo que imposibilita realizar la notificación.

En caso de que la **respuesta de la DGT sea positiva**, se mostrará este mensaje: «Solicitud Tramitable. Informa al cliente que el importe total del servicio es XX,XX €, de los cuales XX,XX € corresponden a la tasa que aplica la DGT».

Se deberá aceptar la ventana informativa. A continuación, aparecerá otra con la documentación a solicitar:

- 1. Permiso de Circulación del vehículo:** se comprobará la veracidad de la información del vehículo a través de este documento. Si este ha quedado en posesión del vendedor o se ha extraviado, se firmará un compromiso de que se procederá a su destrucción si se dispone de él.



**2. Documento acreditativo de la transmisión**, en que conste el DOI del vendedor, del comprador y su domicilio. Puede ser:

- el contrato de compraventa, o
- una factura, en caso de las personas jurídicas.

**3. Documentación acreditativa de la identidad del solicitante**, tanto si es el comprador del vehículo como una persona autorizada (el cual deberá aportar una autorización firmada por el vendedor para tramitar la Notificación de Venta en su nombre y en la que se haga constar la gratuidad de la gestión). Dichos documentos deberán estar en vigor y no serán válidos los documentos caducados. De tratarse de fotocopias, deberán estar compulsadas por un organismo público competente para ello.

- Si son personas físicas: DOI original.
- Si son personas jurídicas: tarjeta de identificación fiscal, acreditación de la representación, DOI del autorizado/apoderado.

**4. Fotocopia del DOI del comprador:** se deberá aportar un certificado de empadronamiento, con una antigüedad menor de tres meses, si el nuevo domicilio fiscal del vehículo no coincide con el del DOI del comprador. Si es una persona jurídica, habrá que aportar una **fotocopia de la tarjeta de identificación fiscal**.

A continuación, se presentará un formulario con los datos ya informados no editables, en el que se deberá recoger el resto de información obligatoria:

**1. Datos del vehículo:** fecha de matriculación.

**2. Datos del comprador:**

- Marcar en qué condición actúa: particular/autónomo (si es una persona jurídica figurará marcado «Empresa»).
- Proporciona permiso de circulación: Sí/No.
- Nombre (en caso de que sea una persona jurídica se indicará la denominación social y no se mostrarán los campos para los apellidos).
- Primer apellido.
- Segundo apellido.
- Fecha de nacimiento.
- Sexo: Varón/Mujer.
- Domicilio (el que figure en la fotocopia del DOI del comprador, salvo que lo solicite el vendedor y se aporte un certificado de empadronamiento del comprador con una antigüedad inferior a tres meses. En este caso se marcará la casilla habilitada al efecto y se escaneará posteriormente dicho documento).

Cubierto todo, se habilitará el botón «Continuar». Al pulsarlo se pasará a recoger la información del vendedor. También aparecerá el botón «Cancelar» para anular la solicitud y regresar al inicio de IRIS.

En los **datos del vendedor** habrá que:

1. Marcar en que condición actúa: particular/autónomo (si es una persona jurídica figurará marcado «Empresa»).
2. Proporciona permiso de circulación: Sí/No.
3. Nombre (en caso de que sea una persona jurídica se indicará la denominación social y no se mostrarán los campos para los apellidos).
4. Primer apellido.
5. Segundo apellido.
6. Fecha de nacimiento.
7. Sexo: Varón/Mujer.
8. Domicilio.

Si el solicitante no es el vendedor del vehículo, el empleado marcará la casilla «Persona Autorizada/Representante». Se abrirá un nuevo espacio para recoger los siguientes datos:

1. Nombre.
2. Primer apellido.
3. Segundo apellido.
4. Fecha de nacimiento.
5. Tipo DOI Representante: DNI/NIF.
6. Número de documento.

El cliente deberá escoger entre recibir la solicitud por *e-mail* (ante lo que se deberá recoger el *e-mail* del cliente) o imprimir en la oficina (el formulario se imprimirá tras la captura de la firma).

Tras esto, habrá que escanear la documentación que, dependiendo del caso, se haya indicado que aporta el solicitante.

- contrato de compraventa o factura,
- autorización de representante o representado, o
- certificado de empadronamiento.

El sistema no permitirá continuar hasta que no se hayan escaneado correctamente todos los documentos obligatorios. A continuación del texto del documento a escanear se indicará «Pendiente».

Para escanear los documentos se pulsará sobre el icono del escáner y el sistema hará una llamada a GESCAN. Cuando el documento se haya adjuntado de forma correcta, se mostrará un signo de confirmación «Completado». También aparecerá un icono de un cubo de basura para anularlo en caso de error.

Escaneada la documentación y cumplimentados todos los datos, se activará el botón «Finalizar y firmar». También se mostrará el botón «Volver» para ir a la pantalla anterior.

Tras aceptar la pantalla anterior, se mostrará un mensaje al usuario: «Solicita el importe al cliente para continuar. Esta operación no se puede anular».

Informado el cliente, se aceptará esta ventana y se capturará la firma en la tableta digitalizadora. Aparecerán ahí dos botones:

1. «Cancelar»: anula la pantalla de captura de la firma para regresar a la pantalla anterior; es decir, al formulario cumplimentado y la documentación escaneada.
2. «Aceptar»: se pulsará cuando el cliente haya estampado la firma correctamente.

El cliente se comprometerá, mediante firma en la pantalla de esta cláusula, a destruir del Permiso de Circulación vigente del vehículo en caso de disponer de él. Dicha cláusula también aparecerá en el impreso de la solicitud.

Cabe destacar que, una vez se **acepta la firma**, la operación no se puede **anular**. Correos comunicará a Tráfico el Cambio de Titularidad del Vehículo y aplicará la Tasa pública por la prestación del servicio.

Si la respuesta de tráfico es positiva, se presentará en la pantalla un mensaje que confirmará la notificación de venta: «La notificación se ha tramitado correctamente, se va a imprimir o enviar por *e-mail* la solicitud para el cliente».

El usuario deberá aceptarlo con el botón correspondiente.

Se generará un formulario de solicitud. Solo se imprimirá o enviará por *e-mail* una copia para el cliente. En la oficina no se guardará ningún documento en papel.

También se imprimirá, o se enviará al *e-mail*, una Autorización Provisional de Circulación con una validez de 90 días, a nombre del comprador del vehículo.

## Servicios de pago de impuestos y tasas

El ITP es el impuesto que grava, entre otras operaciones, la transmisión de vehículos usados, siempre que no se adquieran de empresarios o profesionales en el ejercicio de su actividad empresarial o profesional (en este caso, estaría gravada por el IVA). La obligación de declararlo corresponde al comprador. En el caso de la comunidad autónoma de Cataluña, se puede abonar en Correos.

Como base de cálculo se utilizará el valor del vehículo transmitido, que coincidirá con su valor de mercado. Periódicamente, el Ministerio de Hacienda hace públicas unas tablas oficiales por las que se aprueban los precios medios de venta de los vehículos usados aplicables en la gestión del Impuesto sobre Transmisiones Patrimoniales. A dicha cantidad se le aplica un porcentaje que varía en función de cada comunidad autónoma (normalmente entre el 4% y el 10%), aunque en algunos casos existen tablas fijas e importes mínimos en función de la cilindrada y la antigüedad.

El plazo para la liquidación es de 30 días hábiles desde el momento en que se formalice la transmisión del vehículo. El cliente deberá aportar la siguiente documentación en Correos, que le será devuelta al final de la tramitación:

- DNI de la persona que comparece.
- Ficha técnica del vehículo.
- Contrato de compraventa del vehículo.
- Permiso de circulación.

El acceso al servicio del trámite en Correos, a través de: «Admisión» de IRIS, pulsando en «Trámites CC. AA.». Ahí se entrará en el Portal de Servicios al Ciudadano, donde deberá seleccionar del menú de la izquierda «Cataluña». A continuación, habrá que seleccionar en «Pago impuesto ITP»: «Solicitud del trámite».

Se informará del código postal del domicilio donde el comprador tiene su residencia habitual. El sistema identificará si corresponde a una localidad ubicada en Cataluña, donde el servicio está disponible. El servicio solo es válido para códigos postales que comiencen por 08, 17, 25 y 43.

Una vez informado el código postal, se activa el botón «Continuar» y se realizará una consulta a la DGT. También se mostrará el botón «Cancelar», siempre activo. Al pulsarlo se anulará el trámite y se regresará a la pantalla de inicio de IRIS.

Si el CP no corresponde a Cataluña, se mostrará un mensaje indicándolo: «Informa al cliente de que actualmente el pago del ITP de vehículos no está disponible para esta comunidad autónoma».

Si corresponde, se realizará una consulta a la DGT para verificar si existe en Tráfico alguna anotación sobre el vehículo que impida la transmisión. Para ello se presentará una pantalla donde se introducirá:

1. Número de matrícula.
2. Fecha contrato de compraventa.
3. Tipo de DOI del vendedor.
4. Número del DOI del vendedor, que debe ser el mismo que figura en el permiso de circulación (si se aporta) y en el contrato de compraventa.
5. Tipo de DOI del comprador.
6. Número del DOI del comprador, que debe ser el mismo que se indica en el contrato de compraventa.

En el caso de que el proceso de pago del ITP no se pueda tramitar, se deberá ofrecer el servicio de **Informe de Vehículos de la DGT** al ciudadano, con su coste, con el fin de identificar el motivo.

Si solicita el informe, se tramitará el servicio y se entregará junto a él un impreso que contiene información e instrucciones de la DGT. Identificada la anotación sobre el vehículo, el cliente podrá así eliminarla y continuar con el trámite. Este documento se encuentra publicado en la intranet de Correos, Conecta.



Si el cliente no desea obtener un informe del vehículo, se le comunicará la imposibilidad de realizar el trámite en la Oficina de Correos y se le explicará que debe dirigirse a la Jefatura Provincial Tráfico, donde le informarán. Puede solicitar cita previa a través del teléfono 060 o en la página web de la DGT.

Si el servicio está disponible, el sistema se comunicará con la Agencia Tributaria y obtendrá un número de justificante. Este se mostrará en la parte derecha de la pantalla.

A continuación, el empleado de la oficina cumplimentará un formulario en una sucesión de pantallas con los datos necesarios:

1. Datos del comprador: Nombre o razón social (en caso de CIF) y primer apellido y segundo apellido (deshabilitados en caso de CIF).
2. Domicilio del comprador: Tipo de vía. Dirección. Tipo numeración. Número. Km, Hm (solo se habilitará en caso de haber seleccionado en tipo «Km»). Escalera. Piso. Puerta. Código Postal (se mostrará el que se ha indicado al iniciar el proceso y no se permite la modificación). País (España en todos los casos). Provincia (se incluirá la provincia que corresponde al código postal y no se permite la modificación). Municipio (se mostrará un desplegable con los municipios que comparten el código postal informado). Localidad (se mostrará un desplegable con las localidades del municipio). Teléfono. *E-mail*.

Si el presentador/representante es el vendedor, se marcará la casilla «Cargar datos del Comprador» para autocompletar. En caso contrario, se deberán cubrir los:

1. Datos del presentador/representante: Tipo DOI. Número de DOI. Nombre. Apellido 1 y 2.
2. Domicilio del presentador/representante: Tipo de vía. Dirección. Tipo de numeración. Número. Km, Hm (solo se habilitará en caso de haber seleccionado en tipo «Km»). Escalera. Piso. Puerta. País (España en todos los casos). Código Postal. Provincia (la Provincia que corresponde al código postal, y no se permite la modificación). Municipio (se mostrará un desplegable con los municipios que comparten el código postal informado). Localidad (se mostrará un desplegable con las localidades del municipio). Teléfono. *E-mail*.

Cumplimentados los datos obligatorios, se pulsará el botón «Continuar» para guardar y pasar a la siguiente pantalla.

1. Datos del vendedor: Nombre o Razón Social (en caso de CIF). Primer apellido y segundo apellido (deshabilitados en caso de CIF).
2. Domicilio del vendedor: Tipo de vía. Dirección. Numeración. Número. Km, Hm (solo se habilitará en caso de haber seleccionado en tipo «Km»). Escalera. Piso. Puerta. País (se mostrará un desplegable con países para seleccionar uno). Código postal. Provincia (si se selecciona España, se mostrará un listado de provincias; si no, se deberá escribir el nombre). Municipio (si se selecciona España, se mostrará un desplegable con los municipios de la provincia). Localidad (si se selecciona España, se mostrará un desplegable con las localidades del municipio). Teléfono. *E-mail*.

Cumplimentados los datos obligatorios, se pulsará el botón «Continuar» para guardar y pasar a la siguiente pantalla.

1. Datos de la operación: Fecha del contrato/venta (campo no modificable, ya se indicó anteriormente). Porcentaje adquirido: 100% (campo no modificable, en Correos solo se tramitará el pago del ITP por la adquisición del total de la propiedad). Tipo de operación: sujeto (campo no modificable, en Correos solo se tramitará este tipo de operaciones). Valor declarado (el que figura en el contrato de compraventa).
2. Datos del vehículo: Tipo (se mostrará una lista desplegable con los tipos de vehículos). Número de matrícula (campo no modificable, ya se indicó anteriormente). Fecha de matriculación. Tipo actividad (se mostrará una lista desplegable con los tipos de actividad). Año de fabricación. Número de bastidor. Marca (en caso de ciclomotores y motocicletas, el campo permitirá introducir texto directamente; en caso de turismos y todoterrenos, se mostrará un listado). Modelo (igual que el campo anterior, su formato dependerá del tipo escogido). Cilindrada (igual que el campo anterior, su formato dependerá del tipo escogido). Potencia fiscal (igual que el campo anterior, su formato dependerá del tipo escogido). Combustible (se mostrará un listado con los tipos de combustibles definidos). Vehículo histórico (se marcará la casilla cuando la diferencia entre la fecha de la primera matriculación y la fecha actual sea de, al menos, 30 años y el vehículo haya sido catalogado como histórico).

En la zona inferior de cada pantalla se mostrarán tres botones:

1. Cancelar: se regresará a la pantalla de inicio del servicio y se borrarán todos los datos.
2. Anterior: permitirá volver a la pantalla anterior y se guardarán los datos introducidos.
3. Continuar: permitirá avanzar a la siguiente pantalla.

Cumplimentados los datos obligatorios, se pulsará el botón «Continuar» para guardar y pasar a la siguiente pantalla. Un aviso indicará el importe a pagar por el impuesto, y el empleado de la oficina se lo indicará al cliente. Habrá que confirmar si quiere continuar. Se indicará que la operación no podrá ser cancelada.

En caso de que el importe sea superior al máximo permitido para el pago en efectivo en oficina, también se mostrará un aviso de que el pago solo se aceptará con tarjeta de débito/crédito.

Para **confirmar la autoliquidación** se accederá a una pantalla en la que se muestran los datos no modificables sobre los que se calcula la autoliquidación y el resultado del cálculo. Dichos datos son:

1. Años de utilización del vehículo.
2. **Valor vehículo nuevo** (el que figura en la tabla de la Orden ministerial por la que se aprueban los precios medios de venta aplicables en la gestión del Impuesto sobre Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados, Impuesto sobre Sucesiones y Donaciones e Impuesto Especial sobre Determinados Medios de Transporte).
3. **% valoración antigüedad** (según la mencionada Orden ministerial).
4. **Valor a efectos patrimoniales.**
5. **Tipo a aplicar**, donde se mostrará el porcentaje que se haya asignado para la combinación.

6. **Comunidad autónoma** (se buscarán los porcentajes de la comunidad autónoma que se haya indicado al iniciar el procedimiento).
7. **Fecha** (se seleccionarán solo aquellos porcentajes que se encuentren dentro de los parámetros fechas desde/hasta).
8. **Limite potencia CVF** (si después de los parámetros anteriores se determinara más de una combinación, el elemento discriminador será la Potencia Fiscal indicada en el bloque Datos del Vehículo, incluyendo el porcentaje que corresponde al rango de potencia del vehículo).

Antes de continuar con la determinación del importe, se realizará la evaluación de excepciones que sean aplicables. En caso de que el servicio esté afectado por una de ellas, se mostrará un mensaje informativo.

Luego, se mostrará la autoliquidación.

1. **Base imponible** (el mayor entre el valor a efectos Patrimoniales y el Valor Declarado).
2. **Tipo de gravamen** (el mismo porcentaje determinado en el campo «Tipo a Aplicar» del bloque anterior).
3. **Cuota tributaria** = Base imponible x tipo de gravamen.
4. **Bonificaciones** (solo tendrá importe en caso de que se apliquen).
5. **Importe autoliquidación** = Cuota tributaria – bonificaciones.
6. **Servicio Correos** (tarifa que Correos asigna a este servicio, con los impuestos que correspondan).
7. **Importe total a ingresar** = Importe autoliquidación + servicio Correos.

Se seleccionará luego el idioma en que el solicitante quiere recibir el formulario de liquidación de la Agencia Tributaria de la Comunidad Autónoma (Mod. 620), si castellano o catalán.

Dentro de los servicios disponibles para esa comunidad autónoma se deberá seleccionar en «PAGO IMPUESTO ITP»: «Informes». Se localizará en el listado con los trámites realizados en la Oficina el que no se puede finalizar y se pulsará sobre «Anular».

El importe del trámite sube en negativo a la bolsa del usuario en IRIS, se cobrará la bolsa y se obtendrá un *ticket* por cero euros para finalizar.

Si el empleado de la oficina **cobra la bolsa en IRIS**, se generará el *ticket* o factura completa. El trámite ya no se podrá cancelar a partir de aquí.

Tras realizar el cobro se enviará la solicitud de pago a la Agencia Tributaria de la Comunidad Autónoma y se mostrará un mensaje de que se está a la espera de respuesta. Transcurrido el tiempo necesario, se habilitará el botón «Aceptar» para continuar.

Si por algún motivo se obtiene un error y el sistema identifica que se puede reintentar para finalizar la tramitación con éxito, se mostrará habilitado un botón «Aceptar». Si el error **impide finalizar el trámite**, se mostrará un mensaje que indicará tal cosa. En tal caso, el empleado de la Oficina informará al cliente de que en ese momento no es posible tramitar su solicitud.



El importe subirá a la bolsa del usuario en negativo, se cobrará la bolsa con la emisión de un *ticket* y se devolverá el importe del trámite al cliente. Al finalizar, se comunicará la incidencia al Centro de atención a usuarios (CAU).

Si la Agencia Tributaria de la Comunidad Autónoma **confirma la operación**, aparecerá un mensaje: «Hay documentos y mensajes de la Agencia Tributaria pendientes de imprimir y mostrar».

Al pulsar sobre el aviso, bien se obtendrá el justificante de pago de la Agencia Tributaria de la Comunidad Autónoma y el justificante del trámite de Correos impreso, o bien dichos documentos se enviarán por *e-mail* al cliente. Se mostrará, tras ello, el mensaje de finalización del trámite: «El trámite ha finalizado correctamente. Se ha notificado a IRIS las URL necesarias para proceder a la impresión de los documentos».

Por último, se entregará el *ticket* o factura completa junto a los justificantes. Y una vez liquidado el ITP, el comprador del vehículo estará en disposición de realizar el trámite de Cambio de Titularidad del Vehículo con la DGT. El empleado de la oficina de Correos deberá ofrecer dicho servicio al cliente. Si este acepta, se continuará con la tramitación.

- En las Oficinas de Correos **se podrán aceptar pagos a la Agencia Tributaria**. Para ello, el empleado deberá solicitar al cliente la presentación de un documento o Carta de Pago emitido por dicho organismo tributario. Luego, accederá al menú de admisión de IRIS, opción «Trámites CC. AA.», para entrar en el Portal de Servicios al Ciudadano. Ahí, en el menú de la izquierda, irá por ejemplo a **Andalucía > TRIBUTOS > Solicitud del trámite**.

También se podrá acceder al pago del tributo en el menú de admisión de IRIS por «Caja Mágica», para lo que habrá que capturar el código de barras de la carta de pago.

En algunos trámites de pago, y solo a petición del cliente, este podrá aportar documentación para vincularla a dichos pagos. Para escanear esa documentación, habrá que pulsar en «Escaneo Documento», realizar el escaneo y verificar que este ha sido correcto. De detectar errores, se borrarán mediante el icono de la papelera.

Por último, se seleccionará una opción para la recepción del justificante de servicio y de pago: bien imprimir en oficina, bien enviar por *e-mail*.

Tras esto, **se indicará el importe a pagar para el cliente** (que se mostrará en un aviso del sistema) y **habrá que confirmar si este desea continuar**.

Si el aviso se acepta, se solicitará la firma del cliente en la tableta digitalizadora. El cliente verificará sus datos en la pantalla y, si son correctos, los confirmará con su firma. El empleado aceptará la ventana de la firma. Entonces, **el aviso del importe subirá a la bolsa de IRIS**.

Si la Agencia Tributaria de la Comunidad Autónoma **confirma la operación**, aparecerá un mensaje en el cuadro de avisos de IRIS: «Hay documentos y mensajes de la Agencia Tributaria pendientes de imprimir y mostrar».

Por último, se entregará el *ticket* o factura completa junto a los justificantes.

## Glosario

**ONCE:** La Organización Nacional de Ciegos de España. ONCE trabaja por la inclusión social de las personas ciegas y con otras discapacidades, ofreciéndoles la **oportunidad** de conseguir un **trabajo digno** e independencia económica.

## 4.2.6. Acuerdos con terceros

### Servicio de loterías

#### Ventas

##### A) Servicio de ventas: ONCE

Para la venta de productos, se utilizará el sistema informático. El importe no podrá superar los 2.499,99 euros, y está prohibida a menores de 18 años.

Para poder acceder se deberá ingresar a través de **IRIS > ONCE > Venta electrónica.**

Las oficinas de Correos venden tres tipos de productos de la ONCE:

- Cupones preimpresos para sorteos extraordinarios (Día del Padre, Día de la Madre, Sorteo de Verano, Sorteo ONCE de la ONCE, Navidad).
- Cupones de juegos cupón (Cuponazo, Cuponazo XXL, Sueldazo fin de semana, Sorteos extraordinarios), o juegos activos (Super Once, Triplex, Euro Jackpot, Mi día).
- Cupones con soporte papel (rascas).

Los cupones se venden a través de Hermes (aplicación de ONCE). En el caso de que surgiera alguna incidencia en la venta de cualquiera de los productos, deberán comunicarse con Ateneo, el centro de atención de la ONCE.

Dentro del menú de informes, se pueden consultar:

- Informes de actividad (diarios, semanales o mensuales).
- Informes de operaciones.
- Anulaciones.
- Devolución de cupones.
- Devolución de instantánea.
- Stock de instantánea.

- Inventario de boletos.
- Stock de preimpresos.
- Inventario de cupones.
- Libros retornados.

Cada uno de los informes cuenta con una breve explicación para poder generarlos. Es importante destacar que la realización de los mismos es necesaria para evitar descuadres, tanto de los boletos vendidos, no vendidos o devueltos. Por ello, es obligación del responsable de la oficina realizar este control.

En el caso de existir diferencias de stock, deberán comunicarse a la dirección de correo electrónico habilitada al efecto.



Para iniciar sesión, deberán hacer clic en «Venta electrónica». Allí se accede a la aplicación Hermes. El usuario deberá ingresar de la misma forma que en IRIS.

Para seleccionar el tipo de juego que desea adquirir el cliente, se deberá hacer clic en uno de los iconos de la pantalla de inicio. Esta está dividida entre venta física (rascas y extraordinarios papel) y venta electrónica.

En el caso de que el cliente desee saber los resultados de algún sorteo, deberá hacer clic en la opción «Resultados» de la pantalla de inicio.

Los juegos tienen un horario de cierre, que puede consultarse en la tabla que aparece al final de la pantalla.

Una vez seleccionados todos los cupones que el cliente desea adquirir, se solicitará el importe de pago antes de «Confirmar venta». Una vez confirmada, la aplicación preguntará si se desea realizar otra operación. En este caso, se puede informar que **sí** y se seguirán vendiendo más boletos de rascas o preimpresos extraordinarios; o **no**, y se cerrará la aplicación Hermes.

Hay dos tipos de productos:

**Juegos cupón:** Cuponazo, Cuponazo XXL, Sueldazo fin de semana y Sorteos extraordinarios. Solamente varía la fecha del sorteo. La aplicación mostrará un número que puede ser modificado si es requerido por el cliente. De igual forma, como fecha siempre se mostrará la del próximo sorteo, que también podrá ser modificada (con la excepción de aquellos sorteos extraordinarios que tienen fecha fija).

**Juegos activos:** Super ONCE, Triplex, Euro Jackpot, Mi día. En todos los casos se deberá elegir las apuestas o números que se juegan.

Una vez dentro de la aplicación Hermes, desde la opción «Venta electrónica», y seleccionado el juego elegido por el cliente, aparecerá la pantalla de venta donde se podrá vender el número que presenta la pantalla o elegir otro número, apuesta o fecha de sorteo.

En los juegos Cupón, en caso de que el número o terminación elegida no esté disponible, será informado por el sistema y deberá elegirse otro.

Una vez terminada la venta, debe confirmarse la operación de forma inmediata, ya que, si no se realiza en menos de un minuto, pueden surgir errores. Cuando se haya verificado que toda la información es correcta, se hará clic en el botón «Confirmar venta».

Allí aparecerá el resumen de compra y una ventana con el mensaje: «Venta realizada correctamente. ¿Desea realizar otra operación?», acompañado de los botones SÍ/NO.

Al pulsar «NO», se cierra la sesión y se regresa la ventana de inicio.

Si se pulsa SÍ, se accede de nuevo a la pantalla de inicio de la aplicación Hermes para poder realizar una nueva venta.

En este tipo de juego no es aconsejable mezclar con otro tipo de venta, pues si hay algún fallo de impresión, la aplicación no podría anularlo de forma sencilla.

Una vez cumplido el día y hora de cierre del sorteo de cualquiera de los productos, si se intenta realizar una venta, se mostrará el siguiente mensaje: «Compra no realizada correctamente. Sorteo en curso».

En el caso de que haya existido algún problema con la venta, se volverá a entrar en Hermes para realizar la anulación. Cabe destacar que solo se podrá anular por motivos técnicos o error del usuario, nunca a petición del cliente.

Para ello, es necesario tener la caja de usuario de IRIS abierta, y solamente se permitirá la anulación en el mismo día de su ejecución.

## B) Servicio de ventas: Cruz Roja

Correos colabora con **Cruz Roja** en la venta de participaciones del sorteo de la organización humanitaria. De hecho, durante años, el operador postal ha sido el principal canal de venta en el sorteo de Cruz Roja.

Las oficinas de Correos recibirán el envío de la publicidad de la campaña de Cruz Roja, así como las participaciones de su lotería y el correspondiente albarán. Se deberá comprobar que el número total de participaciones recibidas coincide con el total que figura en el albarán.

En cada campaña se fijarán **las fechas de inicio y fin del periodo válido para la venta**, así como las fechas habilitadas para la liquidación.

Se tendrá especial cuidado en respetar este plazo, también para todas las participaciones que se hayan distribuido para su venta en Oficinas y Servicios Rurales dependientes.

La liquidación y, en su caso, devolución de las participaciones, se realizará a través de la siguiente ruta: **Llamadas a sistemas externos > Suministros > Liquidación/devolución de lotería.**

Correos se ocupa de la venta de números de la Cruz Roja para dos sorteos: el de Navidad y el Sorteo de ORO.

En las oficinas se recibirá un fichero con los números que asigna Cruz Roja (cada número consta de 130 series) y con la distribución de esas series y números a las oficinas.

### Proceso de recepción de boletos

En las oficinas se realiza la recepción de los albaranes de distribución desde la aplicación IRIS: **Llamadas a sistemas externos > Herramientas oficina > Suministros.**

## Glosario

### Cruz Roja:

Movimiento internacional para prestar auxilio, sin discriminación, para aliviar el sufrimiento, protegiendo la vida y la salud, respetando a la persona humana y favoreciendo la comprensión mutua.



La oficina recibe el envío que contiene las participaciones para la venta y la publicidad de la campaña, acompañada de su correspondiente **albarán de la lotería de Cruz Roja**. Se debe comprobar que el número total de participaciones recibidas coincide con el total que figura en el albarán.

La pantalla de recepción de loterías muestra la opción «Añadir Participaciones Recepcionadas», donde se dan de alta las participaciones recibidas. En la parte inferior del anverso figura el código de barras que identifica cada boleto de forma única. Este código se utilizará para el control de la recepción y, en su caso, para la devolución.

Para dar de alta correctamente las participaciones de **Lotería de la Cruz Roja**, es muy importante tener en cuenta que únicamente se leerá el código de barras del primer décimo (el superior izquierdo) del albarán.

Con esta operación, automáticamente quedarán grabadas todas las participaciones de este pliego. Se repetirá el paso anterior con todos los pliegos recibidos.

Por seguridad, la grabación de las participaciones se realizará utilizando únicamente la pistola lectora. No será necesario **pulsar «ACEPTAR»** una vez leída la participación. La aplicación no acepta ningún otro código de barras que no sea el que aparece en la participación situada en el ángulo superior izquierdo del pliego. Tampoco será posible duplicar un pliego, ya que la aplicación no acepta dos veces el mismo número.

Durante el proceso de grabación es posible acceder a la lista y al total de participaciones leídas pulsando «Listado de Participaciones Recepcionadas».

Una vez introducidos todos los pliegos, se accede al Listado de Participaciones Recepcionadas para ver la lista de las participaciones grabadas. En esta pantalla se comprobará que la cantidad de participaciones recibidas coincide con el total de participaciones grabadas o recepcionadas. Se cotejarán el primer y el último número del listado con las participaciones para asegurar que los números y la serie (si se trata de un sorteo con número de serie) son los que realmente se han recibido.

Pulsando el **botón «VOLVER»** hasta regresar a la primera pantalla de Recepción de Lotería, se llegará a la pantalla que permite seleccionar:

- **Albarán correcto:** La cantidad de unidades recibidas coincide con las unidades recepcionadas.
- **Albarán incorrecto:** La cantidad de unidades recibidas no coincide con las recepcionadas.

Al pulsar «CONFIRMAR RECEPCIÓN», se mostrará un aviso con los datos que se hayan grabado.

Si los datos son correctos, se seleccionará «ACEPTAR» para confirmar la grabación, dando por finalizada la operación de recepción de participaciones y **ya no será posible modificar ningún dato**. Las participaciones quedarán asignadas a todos los efectos a la oficina y el sistema cargará automáticamente las papeletas en el almacén central de la oficina.

## Glosario

**MDB:** Extensión de archivos de bases de datos Microsoft Access.

Si fallara la comunicación de datos entre la aplicación de Suministros y el almacén de IRIS, el sistema mostrará el correspondiente mensaje de error. Una vez solucionado el problema reflejado en el mensaje de error, se procederá a la incorporación de las participaciones al almacén. Se accederá a la aplicación de **Suministros > Consultar Envíos Pendientes**, se buscará el pedido y se pulsará «INCORPORAR A IRIS». Si todo es correcto, se confirmará el pedido y, al aceptar, se incorporarán los productos del albarán en el almacén de IRIS.

**En los casos de Robo o extravío y Deterioro se procederá según está establecido en el proceso. Estas tareas son responsabilidad del Director de la oficina.**

### C) Robo o extravío

#### Presentar denuncia

El responsable de la oficina donde se haya producido el hecho deberá interponer la correspondiente denuncia, haciendo constar en la misma el número y la serie de cada una de las participaciones robadas o extraviadas, remitiendo posteriormente una copia de la denuncia a Control de Productos.

### D) Deterioro

#### Comunicar a Control de Productos

El responsable de la oficina donde se haya producido el hecho lo comunicará a Control de Productos indicando la causa y especificando el número y la serie de cada uno de los boletos inutilizados.

**Debido a que en estas campañas el margen de tiempo del que se dispone es mínimo, es aconsejable la resolución de estas incidencias lo más rápidamente posible.**

#### Proceso de Venta

La venta de productos se realiza desde:

- Venta de Productos, que es una entrada en el menú amarillo de IRIS.

**Desde la venta de productos**, se deberán cumplimentar en IRIS los campos obligatorios: código y cantidad del apartado «Selección de productos».

- En el campo «Cantidad» se introducirá el número de unidades que se van a vender de un producto.
- En el campo «Código» se introducirá el código del producto del que se va a realizar la venta.



En la venta de lotería, al introducir la cantidad de boletos que se desean vender, habrá que tabular y aparecerán los campos en los que se ha de introducir, leyéndolo con el lector óptico, el código de barras del boleto; una vez leídos, se pulsará «Añadir» igual que con el resto de los productos.

## Pagos de premios

Cuando el cliente va a la oficina a cobrar un premio, deberá mostrar la participación o el boleto y se comprobará si se trata de una participación de lotería de la Cruz Roja o un boleto de la ONCE.

En nuestras oficinas se pueden cobrar tanto las participaciones y boletos vendidos allí, como los vendidos en otros puntos.

Los premios de Cruz Roja y ONCE se pagan a través de **IRIS > Módulo admisión > Pago premios.**

Cuando no haya ningún pago activo de premios de Cruz Roja, solo aparecerá «ONCE» como opción para pagar premios. Durante el periodo de convivencia de pagos habrá que seleccionar la opción deseada.

Deberá leerse el código de barras del boleto **siempre** con la pistola, luego pulsar «Pagar» y la aplicación indicará si el boleto está premiado (y el importe), no premiado o pagado.

Siempre deberá comprobarse leyendo el código de barras en IRIS. Si no funciona o el boleto está deteriorado y el código es ilegible con la pistola, o presenta signos de manipulación, no podrá atenderse la demanda del cliente, informándose que deberá dirigirse a las oficinas de la ONCE o de la Cruz Roja.

Siempre hay que recoger el boleto premiado, antes del abono:

1. En boletos de ONCE, siempre que el premio sea inferior a 1.000 euros, o en el momento de la firma del documento de solicitud de transferencia en caso de premio superior.
2. En participaciones de la Cruz Roja, antes de pagar el premio.

Para **pagos de la ONCE**, el proceso diferirá dependiendo del monto. Si el boleto está premiado y el premio es menor a 2.000 euros, no requiere autorización de la ONCE.

En este caso se pregunta al cliente la modalidad en la que desea cobrarlo.

En el caso de pago **en metálico**, el sistema informará el importe a abonar, se introducirá el número de identificación profesional (NIP) del usuario del puesto de trabajo de atención al cliente (ATC) y se aceptará.

Una vez que se pulsa «Aceptar», ya no se podrá anular la operación. Para el pago en metálico, deberá corroborarse que se posee la cantidad suficiente.





Para el **abono en cuenta**, se retendrá del importe del premio una cantidad en concepto de gastos de gestión.

Cuando el cliente solicite el cobro mediante ingreso en cuenta corriente, se seleccionará la opción «Ingreso en cuenta» y se habilitará un formulario en el que hay que introducir:

1. NIP del empleado.
2. Nombre y apellidos del cliente.
3. Número de cuenta de abono (24 dígitos, hay que incluir el IBAN).

Una vez introducidos los datos, se pulsa «Aceptar». Se generará el impreso de admisión de giro. El cliente firmará este impreso y se le entregará una copia del mismo como resguardo de la solicitud de cobro.

El boleto quedará en poder de la oficina para archivarlo. Para estos giros no son de aplicación los requisitos de prevención de blanqueo de capitales (PBC).

Todas las operaciones de pago de premios en metálico y abono en cuenta suben a la caja del usuario y de la oficina «Otros servicios», y al cierre de caja de la oficina.

Si al leer un boleto está premiado con un importe superior a 2.000 euros, la aplicación informará con el mensaje: «Cupón premiado requiere autorización».

Para iniciar el procedimiento de solicitud de premio, es requisito haber informado del código del premio en la pantalla de Pago de premios. Se seleccionará «Imprimir» y se imprimirá el formulario que aparece en pantalla, uno por cada uno de los agraciados que comparten el premio, si es el caso.

Se rellenará una hoja de «Solicitud de pago de premios de la ONCE» para todos los perceptores, y una por perceptor de la de «Premio solicitado». Todo por duplicado para que una quede en la oficina y la otra se entregue a los agraciados.

Las hojas deberán firmarlas los interesados y la persona de ATC que los atendió, estampando el sello de la oficina y la fecha.

Se tiene que verificar la identidad de los solicitantes mediante documento de identidad válido a efectos de prevención de blanqueo de capitales.

Los beneficiarios tendrán que ser titulares de las cuentas bancarias sobre las que se solicitan las transferencias (solo para premios mayores de 2.000 euros que requieran autorización).

A continuación, se accederá a **Inicio > ONCE > Solicitud de pago**. En la pestaña «Premio» se completará obligatoriamente:

1. Código de barras: el código del boleto premiado, leído con pistola.
2. Fecha del sorteo: informada en el boleto premiado.

En la pestaña «Agradados» se rellenará:

1. Nombre y apellidos.
2. Tipo de identificación (seleccionar del desplegable).
3. Número de identificación.
4. Número de cuenta (24 dígitos, hay que incluir el IBAN).

El resto de los campos no son obligatorios. El sistema valida que el número de cuenta sea correcto.

La pestaña «Documentación» será la última a cumplimentar, ya que el envío de documentos a la ONCE se realizará tras la digitalización de toda la documentación, siempre haciendo una por cada beneficiario:

1. Solicitud de pago de premios.
2. Solicitud pago de premios, datos individuales por perceptor EECC.
3. Consentimiento expreso.
4. Nota informativa.
5. Documentación de identificación del/de los beneficiario/s (DNI, NIE, pasaporte, documento UE).
6. Certificación titularidad de la cuenta emitida por la entidad bancaria del o de los beneficiarios. En el documento que acredite la titularidad de la cuenta, debe figurar el nombre del beneficiario como titular de la cuenta y el número de cuenta. Debe ser un documento emitido por una entidad bancaria.
7. Fotocopia del boleto premiado.

Cumplimentados los campos obligatorios de las pantallas «Premio» y «Agradados», se activará el botón «Aceptar». Aparecerá una ventana emergente informando que el proceso se ha realizado con éxito.

La oficina solamente se quedará con las copias del impreso de Solicitud de pago de premios y del impreso de Premio solicitado.

Los boletos de los premios superiores a 2.000 euros permanecerán archivados en la Oficina hasta que se reciba orden de remisión a la Delegación Territorial de la ONCE que corresponda. Los mismos deberán inutilizarse sellando el anverso con el sello de fechas antes de ser enviados a la ONCE.

Realizados estos pasos, termina el proceso de solicitud de pago con autorización. A partir de aquí el proceso se realizará por la ONCE y los servicios centrales de Correos.

La oficina deberá enviar a la Delegación de la ONCE los boletos premiados con un importe superior a 2.000 euros cuando reciba un *e-mail*, cuyo asunto será «Autorización premios ONCE».

La modalidad para las devoluciones es la **logística inversa prerregistrada (L3)** mediante referencia de cliente y **con embalaje**.

## Glosario

**L3:** Prerregistro de logística inversa. Cuando el envío de ida se ha entregado por otro operador, o habiendo sido gestionada la ida por Correos, la vuelta se ha prerregistrado de forma independiente.

El procedimiento operativo de devolución a ONCE de boletos premiados superiores a 2.000 euros será el siguiente:

1. Se admite en IRIS el producto L3 con referencia de cliente: se accederá a «Admisión de envíos prerregistrados» y se informará el código de referencia que coincide con el código del boleto premiado.
2. Embalaje: del desplegable que se habilita, se seleccionará el embalaje adecuado para el contenido que se desea enviar.
3. Se imprimirá la etiqueta y luego habrá que introducir los boletos premiados en el embalaje, se cierra y se cursa a destino.

Se habilitará una carpeta en el mueble archivador rotulada: «Premios ONCE», donde se incluirán:

1. Boleto de premios pagados inferiores a 2.000 euros, 5 meses.
2. Impresos de solicitud de premios superiores a 2.000 euros firmados por el cliente.
3. Impreso justificante de liquidación de vendedor, firmado por este, 5 meses.

Para **pagos de CRUZ ROJA**, una vez que la aplicación informa que la participación leída con el lector óptico está premiada, se abren en IRIS las opciones que hay de abono de dicha participación:

1. Metálico.
2. Ingreso en cuenta corriente.
3. Transferencia bancaria.

Si el importe del premio de la participación es de hasta 1.000 euros, la forma de abono al cliente será en metálico. Se le informará de que, si no desea llevarse el importe en metálico, existe la posibilidad de hacerle un giro de ingreso en su cuenta corriente; este giro tendrá gastos que el cliente deberá abonar. Para ello, en el sistema se elegirá metálico o ingreso en cuenta.

1. Si se elige metálico, se aceptará la operación y el importe sube a caja con signo negativo, se vaciará la bolsa y se entregará al cliente el importe del premio.
2. Si el cliente elige como forma de pago el ingreso en cuenta, se seleccionará esta opción en IRIS, rellenando los campos obligatorios del formulario. Al terminar, el sistema informará de los gastos que tiene la operación, que serán descontados del importe total.

Una vez aceptado este mensaje, se pulsará en «Pagar» y se generarán dos formularios de envío de dinero, uno para el cliente y otro para la oficina, que se firmarán igual que el resto de formularios de envío de dinero. A continuación, se vaciará la bolsa que estará a cero.

Cuando el importe de la participación sea superior a 1.000 euros, la única forma de abono será por transferencia. En el sistema aparecerá esta forma de abono, sin posibilidad de cambiarla. Se deberán rellenar los campos obligatorios del formulario y se pulsará en el botón de pagar. En este momento aparecerán los datos del importe y los datos

del agraciado para que firme el conocimiento de que el importe se ingresará mediante transferencia en la cuenta que ha indicado y también el conocimiento de la aceptación de protección de datos.

Cuando el cliente firma, acepta la operación y se imprime una copia, que se entregará al cliente como justificante. La copia de la oficina quedará archivada.



## Otros

### Venta de entradas y viajes

En la plataforma de venta de entradas se pueden vender entradas para festivales, conciertos, teatros, deportes, billetes de tren y estancias en hotel. Pueden realizarse de forma individual, y también pueden enviarse como regalo a una dirección determinada.

Se accederá desde **IRIS > Otros servicios > Venta de entradas.**

Se hará clic en «Venta de entradas». La aplicación solicitará identificación del usuario. Una vez que se accede, desde el menú de la página se elegirá lo solicitado por el cliente.

En caso de tener cualquier tipo de incidencia, se deberá avisar al Centro de Atención a Usuarios (CAU 22525), quien lo resolverá o trasladará a los responsables de solucionarlo.

La navegación se realizará como en cualquier web de compras. El menú está situado a la izquierda de la pantalla en sentido vertical. También hay un buscador para localizar la ciudad en la que se desea asistir al espectáculo.

Para acceder a la sección de venta de **Festivales, conciertos y teatros numerados I**, se deben seguir estos pasos:

- Paso 1: seleccionar el producto que el cliente desee.
- Paso 2: seleccionar el mes del evento, el día y la hora.
- Paso 3: seleccionar la categoría de las entradas y las butacas.
- Paso 4: seleccionar tipo de entrada, número de entradas. Resumen del importe total de compra. Hay dos opciones: selección de asiento manual o selección de asiento automática (siempre se priorizará que los clientes vayan sentados juntos).
- Paso 5: leyenda de butacas, seleccionar las butacas manualmente, resumen de lo seleccionado y proceder a su compra.
- Paso 6: se mostrará un resumen de la compra y se confirmará.
- Paso 7: opción de cancelación. Imprimir entradas. Resumen de compra.
- Paso 8: opción de descargar las entradas en nuestro ordenador.

Para acceder a la sección de **Festivales, conciertos y teatros numerados II**:

- Paso 1: seleccionar el mes, día y hora de la función.



- Paso 2: a la izquierda se encuentra un menú desplegable con todos los tipos de entradas disponibles. Tras marcar en la butaca deseada, se pinchará en «Entrada general». Se desplegará un menú arriba a la derecha con un resumen de lo seleccionado. Se pulsará «Continuar» para la siguiente pantalla.
- Paso 3: tipo de entrada seleccionada. Tiempo restante de venta. Resumen de compra. Se subirá la compra a la bolsa de Correos.
- Paso 4: se confirmará la compra.
- Paso 5: opción de cancelación. Imprimir entradas. Resumen de compra. Seleccionar imprimir entradas.
- Paso 6: opción de descargar las entradas en nuestro ordenador. Opción de visualizar las entradas para su impresión. Visualización de las entradas.

Para acceder a la sección de **Festivales, conciertos y teatros sin numerar**:

- Paso 1: seleccionar la fecha del evento deseada y la sesión.
- Paso 2: el cuadro arriba a la derecha es un desglose de los tipos de entrada que tiene este evento. Seleccionar el tipo de entrada deseada. Al seleccionarla, se abre un cuadro arriba a la derecha con los datos de la entrada seleccionada. Se continuará con la reserva.
- Paso 3: aparecerá un resumen de compra. Subir la compra a la bolsa Correos. Tiempo restante de bloqueo de la reserva.
- Paso 4: tiempo restante de bloqueo de la reserva. Confirmar.
- Paso 5: al pulsar el botón de imprimir entradas se pasa a la siguiente pantalla para adquirir las entradas. Resumen del precio total de la compra. Se podrá cancelar la reserva en cualquier momento pulsando el botón rojo.
- Paso 6: al pulsar «Ver» aparecerán las entradas a la derecha de la pantalla. Se podrán descargar con el botón descargar.

Para acceder a la sección de **comprar Warner**:

- Paso 1: seleccionar mes del evento. En la fecha del evento seleccionada aparecen todos los tipos de entradas que ofrece Warner. Seleccionar la deseada.
- Paso 2: seleccionar la cantidad de entradas deseada. Se procederá a la siguiente pantalla pulsando «seleccionar entradas».
- Paso 3: resumen de la compra. Se subirá el producto a la bolsa Correos.
- Paso 4: tiempo restante del bloqueo de la compra. Se continúa a la siguiente pantalla.
- Paso 5: al pulsar «imprimir entradas» se pasará a la siguiente pantalla. Aparecerá el resumen de la compra.
- Paso 6: al pulsar el botón «Ver» se visualizarán las entradas en la parte derecha de la pantalla. Desde ahí podrán descargarse.

Para acceder a la sección de **deportes**:

- Paso 1: seleccionar en el menú la categoría «Deportes». Seleccionar el ocio deseado.
- Paso 2: seleccionar mes de disfrute del ocio. Seleccionar fecha y hora del evento.

- Paso 3: tipo de entrada. Precio por cada tipo de entrada y cantidad. Importe por las entradas.
- Paso 4: tiempo restante de la compra. Subtotal de la compra.
- Paso 5: tiempo restante del bloqueo de la compra.
- Paso 6: al pulsar «imprimir entradas» se pasa a la siguiente pantalla. Resumen de la compra.
- Paso 7: al pulsar el botón «Ver» se visualizarán las entradas en la parte derecha de la pantalla. Las entradas podrán descargarse.

Para acceder a la sección de **comprar tren**:

- Paso 1: seleccionar la categoría «Tren» en la parte izquierda de la pantalla. Seleccionar origen, destino, fecha de salida, fecha de regreso. Colocar el número de personas que viajarán. Al pulsar el botón «Buscar» se abrirá el desglose del punto siguiente.
- Paso 2: seleccionar la salida deseada y el regreso. Resumen del itinerario. Precio de los billetes.
- Paso 3: tiempo restante del proceso de compra. Precio de los billetes. Nombre de los pasajeros. Se confirmará la compra.
- Paso 4: precio de la compra. Resumen de pasajeros. Se subirá el producto a la bolsa Correos.
- Paso 5: tiempo restante para el proceso de compra. Se confirmará la compra.
- Paso 6: tiempo restante del bloqueo de la compra.
- Paso 7: al pulsar «Imprimir billetes» se pasará a la siguiente pantalla. Se mostrará el resumen de la compra.
- Paso 8: al pulsar el botón «Ver» se visualizarán los billetes en la parte derecha de la pantalla. Se podrán descargar.

Para acceder a la sección de **comprar hotel**:

- Paso 1: seleccionar categoría de «Hotel» en el menú de la derecha. Seleccionar destino. Completar con la cantidad de adultos. Colocar fecha de entrada y de salida. Se pulsará en «Buscar».
- Paso 2: en el caso que haya niños en la reserva, seleccionar el número de niños y su edad. Si hay más de una habitación, pulsar en «habitación 2». Rellenar los datos de la segunda habitación. Proceder a buscar.
- Paso 3: aparece listado de hoteles. En el primer cuadro vemos las estrellas del hotel, la dirección, distancia al centro, etc. Es importante destacar que siempre saldrá la mejor oferta en primer lugar. Informar precio total, precio por persona, tipo de habitación y condiciones (reembolsable o no reembolsable, desayuno incluido, etc.).
- Paso 4: pulsar en «Más precios». Se mostrarán las diferentes opciones de habitación disponibles. Se mostrará el precio de la habitación seleccionada.
- Paso 5: al pulsar «Información», se muestran datos del hotel.
- Paso 6: al pulsar «Fotos», se mostrarán fotos del hotel.
- Paso 7: al pulsar «Ubicación», se mostrará la ubicación del hotel y sus alrededores.

- Paso 8: al pulsar «Quiero este» y proceder a reservar, aparecerá un cuadro resumen de las condiciones del hotel. Se mostrará el precio total. Se deberá introducir los datos de los pasajeros, y confirmar.
- Paso 9: subir la compra a la bolsa de Correos.
- Paso 10: tiempo restante de reserva. Confirmar.
- Paso 11: tiempo restante del bloqueo de la compra.
- Paso 12: al pulsar «Imprimir entradas» se pasará a la siguiente pantalla. Resumen de la compra.
- Paso 13: al pulsar el botón «Ver», se visualizarán las entradas en la parte derecha de la pantalla. Se podrán descargar.

Para acceder a la sección de **comprar avión**:

- Paso 1: seleccionar la categoría «Aviones» en la parte izquierda de la pantalla. Seleccionar la opción del vuelo «ida y vuelta» o «solo ida». Seleccionar aeropuerto de origen y el de destino, fechas y número de personas que vayan a viajar. Seleccionar la clase de vuelo: turista/business/primera. Se pulsará en «Buscar».
- Paso 2: el sistema mostrará todos los vuelos disponibles con las características introducidas. Se podrá delimitar la búsqueda mediante las opciones de la parte izquierda de la pantalla: precio máximo, escalas, clase, compañías o franja horaria. Una vez el cliente elige el vuelo, pulsará en «Reservar».
- Paso 3: aparecerá una pantalla con la información de los vuelos elegidos. Se pulsará en «Siguiente» para completar los datos de los pasajeros y aceptar la ley de protección de datos. Se pulsará «Comprar» y aparecerá el resumen con el precio de compra y resumen de billetes. Se subirá el producto a bolsa.
- Paso 4: tiempo restante para el proceso de compra. Confirmar compra.
- Paso 5: al pulsar «imprimir billetes» pasamos a la siguiente pantalla. Resumen de la compra.
- Paso 6: al pulsar el botón «Ver» aparecerán los billetes en la parte derecha de la pantalla. Podrán descargarse.

Para acceder a la sección de **regalos Correos**:

- Paso 1: en todo proceso de compra, en esta pantalla se podrá solicitar un regalo de Correos y recogerlo en tienda o que llegue a domicilio. Seleccionar «tipos de envío regalo». Seleccionar «Correos normal». Se suma automáticamente al total de la factura. Subir la compra a Bolsa Correos.
- Paso 2: rellenar los datos y elegir qué tipo de envío regalo se quiere (oficina o entrega).

En pantalla podrá **cancelarse el proceso de compra** y se llevará de nuevo a la página principal. En caso de que ya se haya realizado la compra y sea necesario cancelar, siempre podrá cancelarse sin coste adicional el mismo día en el que se haya efectuado la compra.

Para finalizar la compra, el importe total de la venta sube a la bolsa de IRIS del usuario que ha accedido a la plataforma «Venta de entradas», y debe realizar su cobro como en cualquier otra compra, entregando el *ticket* de compra generado. Se admite el pago con tarjeta.



Una vez finalizada la compra, las entradas se imprimirán por sistema.

Las operaciones pueden consultarse en la página de venta de entradas. Figuran allí las realizadas desde la oficina desde la que se está consultando.

Si una vez impresa la entrada el cliente quiere devolverla, podrá realizarse la anulación en la oficina siempre que no hayan transcurrido más de 24 horas desde su adquisición. Para ello, se localizará la entrada accediendo a la plataforma **Compras > Compras confirmadas**, seleccionando y cliqueando en cancelación de compra. Se generará un abono al cliente que subirá a la bolsa de IRIS donde se debe liquidar, entregando el importe, según la forma de pago, retirando la entrada al cliente y entregándole el *ticket* de abono que imprime la báscula.

En caso de **cancelación de eventos por fuerza mayor**, el cliente será contactado desde la plataforma y se le indicará la forma de devolución del importe. En caso de no ser así, el cliente deberá contactar con el teléfono que le facilite el personal de Correos, desde el que se solucionará la incidencia.

En ningún caso se devolverán los importes en la oficina por esta causa.

El **ABONOTEATRO** es una **tarifa plana** en la que con un único pago anual de 49,90 euros más 3,50 euros de gastos de gestión, el cliente puede disfrutar de:

- Más de 70 espectáculos en diferentes recintos de Madrid.
- Acceso a diferentes salas de cine de la comunidad de Madrid, de lunes a jueves.
- Además, conciertos, exposiciones, eventos y otras acciones especiales.

Para obtenerlo, el cliente adquirirá en la oficina de Correos su ABONOTEATRO y recibirá por *e-mail* su número de abonado, que es personal e intransferible.

A continuación, se registrará en la web de abonoteatro. Este proceso se realizará una vez. Los 365 días de validez comenzarán en el momento del registro.

Una vez registrado, deberá iniciar sesión en la web y sacar sus entradas. Deberá abonar 3,50 euros de gastos de gestión por cada entrada que saque y puede llevar un acompañante por 5 euros, más gastos de gestión.

En el apartado «Mi cuenta» de la web se encontrará su tarjeta digital personalizada, que será solicitada junto con su DNI en la taquilla o en la entrada de los recintos.

Para realizar una **venta en Oficina**, se realizará como cualquier producto de Correos Market. Finalizada la venta, el cliente recibe por *e-mail* su número de abonado.

Se accederá a la web de Correos Market por la pantalla de inicio de IRIS pulsando en **Llamadas a sistemas externos > Admisiones terceros > Correos Market**. Se valida de nuevo el usuario.

En el buscador de productos escribe «ABONOTEATRO» o «Correos Cultura» para localizar el producto.



Una vez localizado el producto, pulsar «Añadir al carrito». Completar los datos del cliente para emitir la factura y pulsar «Continuar».

Imprimir el documento PDF con las condiciones del servicio, entregar al cliente, que deberá devolver un ejemplar firmado, habiendo marcado las casillas de consentimiento de cesión de datos de carácter personal. Luego, pulsar «Confirmar pedido y pago».

Para finalizar la venta, minimizar la ventana de Correos Market, cobrar la bolsa de usuario en IRIS, entregar el *ticket* al cliente y regresar a Correos Market para confirmar la operación.

El cliente recibirá un *e-mail* con la confirmación del pedido, y otro con el número de abono que deberá activar en la web específica de ABONOTEATRO.

El cliente dispone de 15 días desde la adquisición del abono para solicitar la devolución, siempre en la misma oficina donde lo adquirió y solo en caso de que no lo haya registrado en la web.

El **procedimiento de devolución** según el tiempo transcurrido desde la confirmación de la venta es el siguiente:

- 1. Menos de 1 hora:** acceder a la web de Correos Market, localizar la operación y pulsar sobre «Devolución». El importe subirá a la bolsa de IRIS en negativo, cobrar la bolsa y entregar el importe y el *ticket* al cliente. Consultar la ficha de apoyo Correos Market «Venta en oficina», donde se detalla el procedimiento.
- 2. Más de 1 hora:** el responsable de la oficina deberá escribir un correo electrónico a la dirección habilitada a tal efecto, indicando en el asunto «Devolución ABONOTEATRO», adjuntando escaneada la plantilla de cancelación de pedido publicada en «Conecta», para después proceder a su destrucción segura. Correos Market verificará que no se haya utilizado el abono e informará por *e-mail* al cliente, con copia a la oficina, de la devolución. Si procede, se devolverá el importe pagado por giro inmediato, si se abonó en efectivo, o por abono en la tarjeta, si se utilizó este medio.

### Tarjetas GiftCard

La GiftCard es una tarjeta de regalo prepago que posibilita al poseedor de la misma su utilización como medio de pago para la compra de bienes o servicios.

El cliente solo tiene que coger la tarjeta del mueble expositor y pagarla por caja. Una vez abonada, se realizará la activación, imprimiendo el sistema dos *tickets*, uno refleja el importe de la compra y otro es el *ticket* de activación. En algunos casos llevará también un código pin.

Cada tarjeta cuenta con instrucciones de uso en el reverso. A través de la GiftCard, Correos vende por cuenta de terceros. Por ello, al momento de la compra, cualquier consulta del cliente deberá ser resuelta directamente con el socio comercializador de la tarjeta.

A tal efecto, en los *tickets* de activación figura la web y teléfono de atención al cliente. La única relación que puede tener el cliente con Correos a partir del momento de la venta es para solicitar la devolución, que puede hacerse en nuestras oficinas dentro de los 15 días siguientes a la activación, siempre previa presentación del *ticket* de compra y la tarjeta.

Las tarjetas no se venden a través de IRIS en «Venta de Productos». Se activarán en la aplicación «GiftCard» para que se carguen en bolsa y se descuenten del almacén de productos.

El acceso se encuentra en la página de inicio de **IRIS > Llamadas a sistemas externos > Ocio y loterías > GiftCards.**

Para acceder a la plataforma, el empleado deberá introducir su número de usuario corporativo y su contraseña.

Una vez validado el usuario, aparecerán en la pantalla las siguientes opciones:

1. Activar tarjeta.
2. Anular activación.
3. MONEY 4U.
4. Reposición de productos.

Para **activar la tarjeta**, seleccionar la opción «Activar tarjeta», pulsando sobre el icono correspondiente. Escanear el código EAN de la tarjeta que aparece en el reverso. Si se requiere, se activará otro campo solicitando el código de activación (también está en el reverso de la tarjeta), que se capturará con el lector de códigos. A continuación, se presionará el botón «Calcular precio».

La aplicación devuelve el importe del producto que se informará al cliente y, si presta conformidad, se presiona el botón «Activar tarjeta».

A continuación, se cierra la aplicación «GiftCard» pulsando en la «X» de la pantalla y se regresa a la pantalla de inicio de IRIS.

Al cobrar la bolsa, la balanza genera dos *tickets* que se entregarán al cliente:

- Factura simplificada.
- *Ticket* de activación de la tarjeta.

Para **anular la activación**, se seleccionará la opción «Anular activación», pulsando el icono correspondiente. Se lee el código EAN de la tarjeta y, si se requiere, se activará otra casilla solicitando el código de activación. Se seguirán los pasos y se retirará la tarjeta al cliente y se le entregará el importe y el *ticket* de devolución.

El servicio de **MONEY 4U** consiste en el canje de un código por dinero. GiftCard proporciona a sus clientes un código de promoción por un importe determinado, que el cliente puede retirar en cualquier oficina de Correos.



El cliente acude a la oficina de Correos con un código promocional, que podrá presentar en diversos formatos: papel, correo electrónico, etc.

Se selecciona la opción «MONEY 4U», pulsando sobre el icono correspondiente.

Se informa el código, leyendo el código de barras en la plataforma GiftCard, o con el teclado. Se pulsa sobre «Redimir tarjeta». El sistema realizará todas las comprobaciones necesarias y, si es válido, autorizará el pago devolviendo el mensaje: «La redención se ha realizado con éxito».

Se cierra la pantalla de GiftCard y se regresa a la pantalla de inicio de IRIS, donde se cobra la bolsa de devolución que se ha generado. Al cobrar la bolsa en IRIS, se entregará al cliente el importe asociado al código junto al *ticket* impreso, sin archivar ningún documento.

Para realizar un pedido de **reposición de tarjetas**, deberá cumplimentarse un albarán de pedido, indicando el número de unidades. Para acceder al albarán, habrá que pulsar sobre «Reposición de productos».

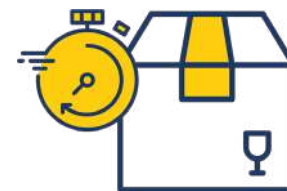
Asimismo, existe un campo de observaciones que se completará en caso de que la oficina precise de forma urgente un número elevado de tarjetas. Una vez informado el número de cada producto se pulsa «Enviar». La aplicación mostrará una pantalla con la confirmación del pedido que contiene los productos solicitados.

## Glosario

### **Merchandising:**

Es la estrategia para promocionar un producto o una marca, con el propósito de influir en la decisión de compra del consumidor. Tiene por objeto aumentar la rentabilidad de un producto en el punto de venta.

#### 4.2.7. Material de oficina, libros y merchandising



El **responsable de la oficina** será el **encargado de gestionar** todos los pedidos de material para la oficina de Correos. Los pedidos siempre llegarán a la oficina de destino, acompañados del correspondiente albarán.

Los pedidos podrán ser de dos tipos:

- Productos para el uso de la oficina (material de oficina y papelería, impresos, material vario, etc.).
- Productos para la venta.
- Dentro del grupo de los productos para la venta, estos se dividirán en tres clases:
  - Productos propios.
  - Filatelia.
  - Productos de terceros (lotería, tarjetas navideñas, *merchandising*, etc.).

Sobre la base de si son pedidos programados de forma regular o no, los suministros se diferenciarán entre ordinarios y extraordinarios.

Los **suministros ordinarios** son todos aquellos que se realizarán de forma programada, sin que exista un pedido por parte de las oficinas. Se gestionarán en función del histórico de ventas, las existencias de las que cada oficina dispone y de la política de aprovisionamientos fijada.

Por el contrario, los **suministros extraordinarios** son aquellos casos excepcionales en los que una oficina deberá realizar un pedido. Las circunstancias que obliguen a ello pueden ser variadas: desabastecimiento de un producto, problemas en el almacenamiento, eventos puntuales, etc. Con ellos se procederá de la siguiente manera:

1. Consultar los pedidos realizados en los últimos treinta días para no repetirlos.
2. Consultar si existen pedidos pendientes del producto que se necesita.
3. Cuando no existan pedidos pendientes con una cantidad suficiente del producto, se procederá a realizar un pedido extraordinario (o un pedido filatélico extraordinario) en aplicación de «Suministros».

Son varios los **aspectos** a tener en cuenta a la hora de realizar un pedido extraordinario:

1. En el sistema solo se mostrarán los productos que es posible solicitar (productos de los que existe stock en el almacén central).
2. Ciertos productos solo estarán disponibles para un conjunto concreto de oficinas.
3. Se podrá seleccionar cualquier producto con el máximo grado de detalle, con independencia del código IRIS que tenga (por ejemplo, existen emisiones filatélicas diferentes que cuentan con el mismo código IRIS).
4. Habrá que respetar las unidades mínimas de distribución (no se puede pedir una cantidad menor a la fijada).

5. Se tendrá que indicar, de forma clara y en unidades, la cantidad que se solicita de un producto.
6. Habrá que especificar las unidades con las que se cuenta en el almacén, junto con una breve justificación de la necesidad.
7. Al pedido realizado se le asignará un número de orden que servirá para realizar el seguimiento.

Con respecto a la recepción de pedidos, la primera tarea con un pedido de material será que el responsable **compruebe** que los detalles del albarán **coinciden con los productos recibidos**. El albarán deberá tener una marca conforme se ha realizado la comprobación, junto con la firma, fecha y sello.

En el caso de recibir productos defectuosos o en mal estado, se enviarán a la dirección establecida para atender estas incidencias.

Las redistribuciones entre oficinas se podrán autorizar cuando se detecte que hay oficinas con un **exceso de determinado producto**, y que puede tener salida en otras oficinas. Al autorizarse, la oficina que deberá enviar el material recibirá un *e-mail* con el siguiente formato: «En fecha día/mes/año ha sido autorizada una redistribución de material desde su oficina a la oficina de destino (Codired). Para poder atender esta redistribución, deberá acceder a la aplicación de Suministros y entrar en la opción: Redistribuciones de Material».

Habrá que acceder a la opción correspondiente en la aplicación de «Suministros». Aparecerán en la pantalla todas las redistribuciones pendientes de formalizar de la oficina. Se procederá, y un cuadro de diálogo indicará que se va a generar un albarán para la oficina de destino (especificada con su Codired). Se pulsará «Aceptar» y los productos se descontarán del almacén de la oficina. Se mostrará en pantalla el albarán para el envío, con la misma estructura que cualquier albarán de suministros.

Se marcará la opción «Imprimir» tras configurar la impresora con papel apaisado en **Orientación > Horizontal**.

Gestionadas todas las redistribuciones pendientes, **la oficina de origen procederá a preparar los envíos en el mismo día** y darle salida.

De no haber existencias suficientes en el almacén de la oficina, la aplicación indicará de qué productos no hay existencias y **la redistribución se cancelará por completo**. Una vez solventado el problema, se volverá a acceder a la redistribución para formalizarla.

Si hubiera productos en la redistribución que no existen en IRIS (como las bolsas de publicidad), se indicará tal circunstancia.

La recepción de productos procedentes de redistribuciones se hará igual que cualquier otro suministro.





## 4.2.8. Correos con la sociedad

### Mensajeros de la Paz

«Ayúdales a volver al cole. Llena sus mochilas de ilusión» es una campaña de la ONG Mensajeros de la Paz, del Padre Ángel, que cuenta desde 2013 con la colaboración de Correos. Como una de las manifestaciones de su compromiso social, Correos pone a disposición de esta iniciativa sus casi 2.400 oficinas e instalaciones de Correos Express. Funcionan como puntos de recogida de donaciones de material escolar nuevo y también facilitan el transporte del material hasta los centros donde tiene presencia Mensajeros de la Paz.

Se estima que más de 800.000 niños en edad escolar en España no tienen la posibilidad de comprar material escolar para el inicio del curso lectivo.

Correos, a través de la venta de mochilas solidarias, también recauda fondos para colaborar con esta causa. Gracias a la solidaridad de los ciudadanos, desde que comenzó esta colaboración se han conseguido cubrir las necesidades de miles de alumnos.

## 4.3. Servicios financieros

### 4.3.1. Envío de dinero

#### Giro postal: nacional e internacional

El **giro** es un **envío de dinero a través de una compañía postal**. El pago de giros en las Oficinas de Correos (Inmediato, Avisado y UPU) se realizará en el menú de admisión de IRIS.

El pago de giros en oficina, **Inmediato**, **Avisado** y **UPU**, se realiza por el menú de admisión de IRIS.

El pago también se podrá realizar por **Caja Mágica**, con el número de giro o código identificador.

Los giros dirigidos a **Apartados** se pagan en SGIE.

Con respecto a la retirada de efectivo de Correos Cash, **para clientes digitales** (que presentan código QR o de barras), todas las operaciones Correos Cash Banco Santander se realizarán desde la opción del menú de admisión de **IRIS > Caja Mágica**.

Para **clientes no digitales** (que presentan tarjeta bancaria), todas las operaciones Correos Cash Banco Santander se realizarán desde la opción del menú de admisión de IRIS.

No se realizarán reintegros de Correos Cash del Banco Santander por SGIE.

Para la **impresión de etiquetas** y **justificantes de los giros** para su puesta al pago, los responsables de las oficinas pagadoras tendrán que clasificar, todos los días, los envíos que se han de poner al pago en las UR/USE y carteros rurales. Se hará desde la aplicación de SGIE.

## Glosario

### Organización no gubernamental

**(ONG):** Son organizaciones voluntarias de ciudadanos, sin ánimo de lucro, de carácter nacional o internacional. No son parte de las esferas gubernamentales o empresas. Su principal fin es el bien social.

## Glosario

### Mensajeros de la Paz:

Organización no gubernamental declarada de utilidad pública y de ámbito nacional e internacional. Fundada por el Padre Ángel y con base en Madrid, trabaja en más de 50 países a favor de la promoción humana y social de los núcleos más desfavorecidos de la sociedad, adaptándonos a las distintas realidades sociales.



## Glosario

**Giro Postal:** Envío de una cantidad específica de dinero por medio del servicio de correo, de telégrafo o de empresa especializada en ello a cualquier parte de un país o el mundo.

## Glosario

**IFS:** El IFS (International Financial System) es una aplicación que automatiza el procesamiento y la gestión de pagos postales nacionales e internacionales.

Antes de clasificarlos, se generarán las etiquetas que se adherirán al sobre, amén de dos justificantes de pago (uno para el cliente y otro para Correos).

### 1. Envíos de pago en oficina

- **Nacional:** Inmediato oficina, y domicilio ordinario a Apartado.
- **Internacional:** Electrónico Zona 1 y UPU Electrónico (IFS).
- **Giro internacional:** Por motivos de prevención de blanqueo de capitales (PBC), ninguna modalidad de giro internacional se pagará en domicilio. El pago de remesas procedentes de Western Union no se trabajará desde la aplicación SGIE, sino que se realizará desde la aplicación WUPOS (aplicación de Western Union) y siempre se pagará en oficina.

### 2. Envíos de pago en domicilio

- Domicilio ordinario.
- Domicilio urgente.

A los giros mal admitidos en origen se les podrá forzar su asignación al canal correspondiente (apartado/oficina, o reparto). Los giros que correspondan a otra oficina se reencaminan. Se podrá utilizar el Codired de la oficina de destino o, en su defecto, se buscará el CP.

La operativa en detalle de pago en las aplicaciones de SEDI y Western Union aparece en los Manuales operativos de Conecta.

Los **giros dirigidos a Apartados de Correos** tendrán que grabarse en SGIE en el canal apartados. Habrá que indicar el número de apartado correspondiente.

Por motivos de PBC, **los giros internacionales no se pagarán a domicilio**. Se entregarán al destinatario desde la oficina de referencia. Por ello, los giros internacionales se tendrán que clasificar en SGIE asignándolos a la Unidad de Entrega de la propia oficina o bien reencaminándolos a la oficina de referencia del destinatario.

Ya clasificados, la unidad de reparto asignada imprimirá el aviso de llegada (M-4-O). Desde ese momento será un giro avisado y permanecerá en un almacén nacional para poderse entregar en cualquier oficina informatizada.

Todo destinatario de giro a domicilio **deberá estar dado de alta con anterioridad en las bases de datos PBC**. Quedarán fuera de dicho control los organismos públicos mencionados en el manual de PBCFT y los organismos oficiales.

Los giros a domicilio se asignarán desde SGIE (en giros ordinarios a domicilio) o USE (en aquellas localidades en que existan los giros urgentes a domicilio), donde se indicará el Codired de la unidad correspondiente desde «Asignar reparto».

Clasificados en SGIE, a los envíos se les asignará el Codired de la unidad de distribución asociada para su intento de entrega en domicilio.

Por motivos de prevención de blanqueo de capitales (PBC), según la tipología de giro, existen limitaciones en el importe máximo que el cliente puede girar:

#### En el ámbito NACIONAL

- **OIC:** al ser un ingreso en una entidad financiera, su límite es de 2.499,99 €.
- **PRISIONES, ONCE, CRUZ ROJA** (o similares futuros): al ser un ingreso en una entidad financiera, su límite es de 2.499,99 €.
- **INMEDIATO:** se aplica una limitación de 999,99 €.
- **ORDINARIO:** en los giros ordinarios a domicilio, se aplica una limitación de 499,99 €.
- **OFICIAL:** dado el carácter de uso interno de esta tipología de giro, su límite es de 2.499,99 €.

#### En el ámbito INTERNACIONAL

- **Giro inmediato UPU:** se aplica una limitación de 999,99 €.
- **Giro OIC UPU (Cuba):** se aplica una limitación de 999,99 €.

Existen, además, ciertas normas a recordar:

- Los giros cuyo importe sea inferior a 500 euros se abonarán **siempre en metálico**.
- En el momento de su clasificación para su posterior envío a la UR/USE, la oficina encargada de poner al pago el giro deberá utilizar, siempre que pueda, la funcionalidad «Agrupar» en la pantalla de «Preparación de envíos para reparto», para agrupar en una sola entrega varios giros para un mismo destinatario.
- Los giros para un mismo destinatario de suma igual o inferior a 500 euros se podrán agrupar para el pago, siempre en metálico.
- Si en el momento del pago a domicilio el cliente manifiesta su disconformidad con esa forma de abono, el personal de reparto indicará que el cliente deberá dirigirse a su oficina de referencia. Se le entregará al cliente un aviso de llegada (M-4) y se liquidará el giro como avisado.

Los sobres, cerrados y etiquetados con propiedad, **contendrán dos formularios de pago** (uno para el cliente, otro para Correos) y el dinero a pagar.

El empleado que recoja dichos sobres deberá autenticarse con su usuario y contraseña, o con su DNI, nombre y firma en la tableta digitalizadora si carece de usuario corporativo.

Ahí se generará un documento con la relación de envíos asignados para la unidad de distribución.

La conciliación de los giros trabajados por reparto y la oficina se realizará mediante la confirmación en IRIS del «Código control de cobros» y la confirmación manual en SGIE de las liquidaciones finales.

Si un giro se confirma como sustraído o rehusado, se generará un nuevo giro con el mismo código al día siguiente. Se hará en la opción «Puesta al pago de la oficina».

La confirmación en IRIS del «Código control de cobros» y la confirmación manual en SGIE de las liquidaciones finales de los giros **los dará como pagados**.

**Si el pago no puede realizarse** en el domicilio por encontrarse el cliente ausente u otra causa, se dejará un aviso de llegada para que el cliente acuda a la oficina. Los giros avisados quedan almacenados en un almacén nacional para poderse entregar en cualquier oficina informatizada.

El cliente se personará en una oficina de Correos con el deseo de retirar una cantidad de dinero a su nombre. Aportará la documentación que le identifica y un aviso, o el número de identificación del giro.

Ante dicha situación, son **varios los aspectos a destacar**:

- Con carácter general, **los giros se abonarán al propio destinatario** (o persona autorizada por escrito).
- No se efectuará el pago de un giro a su destinatario cuando la autoridad judicial haya ordenado su suspensión o embargo.
- La realización de un pago por medio de Western Union **siempre** se hará a la persona destinataria del dinero. No se admitirán autorizaciones en este servicio, y el destinatario deberá ser siempre mayor de edad (18 años).
- El importe de los giros es propiedad del remitente mientras no llegue a poder del destinatario, por lo que aquel **puede solicitar la recuperación o modificación** antes de haberse abonado.
- El servicio de giro se prestará durante el horario de apertura de cada oficina. En caso de caída de la aplicación, no se podrá realizar el pago de giros.

En función del tipo de producto, el cliente deberá aportar:

- Identificación válida.
- M-4 o código de envío para giros avisados.
- Número de **localizador**, para giros inmediatos.
- MTCN para pagos de Western Union.
- Número secreto o localizador para los giros UPU electrónicos.

El cliente se presenta en la oficina de Correos con el aviso de llegada (M-4), que informa al cliente que tiene a su disposición en la oficina un pago de dinero. Ese es el **giro avisado e internacional** (no domiciliario).

Por motivos de PBC, **los giros internacionales siempre se pagan** en Oficina. Para su cobro, el destinatario o autorizado deberá aportar el aviso confeccionado que la UR/USE ha depositado previamente en su casillero domiciliario: en este caso, el M-4. También podrán presentar solo el código de envío, siempre que se verifique la identidad e importe.

Para proceder, se accederá en el menú de admisión de IRIS a «Pago a envío de dinero» y se escogerá entre «Código de envío» o «Localizador». Ahí se introducirá el dato proporcionado por el cliente.

## Glosario

### Localizador:

Identificador único de giros. Se imprime en el resguardo de imposición del giro y el remitente deberá indicárselo al destinatario para que pueda cobrarlo.

El **envío de dinero nacional** permite, de manera inmediata a su destinatario, recoger el dinero en cualquier Oficina de Correos, presentando su documentación y el localizador del envío.

**Siempre se abonará en metálico.**

Al seleccionar la opción «localizador (nacional e internacional)» aparecerá la pantalla para introducir el localizador. Este dato lo aportará el cliente. **El localizador es imprescindible para el pago del giro**, igual que la identificación del destinatario.

El **Giro UPU** electrónico es un giro internacional que, de manera inmediata, permite a su destinatario recoger el dinero en cualquier oficina de Correos. Se podrá hacer la búsqueda por nombre, lugar de origen y fecha de envío, pero **deberá exigirse el número secreto para el pago** (código alfanumérico, normalmente entre 6 y 10 caracteres, sin una estructura determinada). También habrá que exigir la documentación necesaria, como con cualquier otro giro internacional.

Se pagará en cualquier oficina y siempre en metálico.

Para hacerlo: desde el menú de admisión de IRIS, Pago envío de dinero, Liquidación de envíos de dinero. Tras seleccionar la opción «Localizador (nacional e internacional)» aparecerá la pantalla para introducir el localizador.

En caso de **rechazo en el proceso**, se deberá indicar el motivo. Se abrirá un desplegable, donde se escogerá entre cuatro opciones:

- Dirección incorrecta.
- Desconocido.
- Fallecido.
- Rehusado.

El empleado deberá comprobar la identidad del cliente con carácter previo al pago. El proceso variará dependiendo del tipo de cliente.

Para **identificar a personas físicas**, el cliente deberá presentar cualquiera de los documentos originales y en vigor que se relacionan a continuación:

- DNI/NIF.
- Permiso de Residencia, expedido por el Ministerio del Interior.
- Tarjeta de asilo político.
- Pasaporte. Para el caso de personas españolas solo se admitirá el pasaporte en casos excepcionales (robo, extravío, etc.) junto con la denuncia ante la policía o el resguardo de renovación. La excepcionalidad se solicitará a través de correo electrónico al Área de PBC que contestará dando su aprobación o no a la operación.
- Para ciudadanos de la Unión Europea o del Espacio Económico Europeo: documento, carta o tarjeta oficial de identidad personal, expedida por las autoridades de origen, con la fotografía y firma del cliente.
- NIP (Número de Identificación Personal) autorizado, en el caso de empleados de la Administración cuando actúen en su nombre.
- NIS, número de identificación de reclusos.

Para la **identificación de personas que actúan en representación o con autorización de otra persona física**, será obligatorio identificarse como los clientes que actúan por cuenta propia. Además, presentarán el poder otorgado o autorización, así como la documentación de la persona por cuenta de la que actúan.

Para la **identificación de personas jurídicas** (una empresa, organismo u organización), la persona física que realiza la operación deberá identificarse como los clientes que actúan por cuenta propia. Además, presentará un poder o autorización para actuar en nombre de la persona jurídica.

En este proceso de identificación, ciertos documentos no contarán con validez. A saber:

- Permiso de conducir. Se podrá admitir, de forma excepcional, en caso de pérdida o robo del DNI, si se presenta una denuncia o cita de renovación y previa autorización por parte del Área PBC.
- *Seaman's book* o Libreta Marítima. Este es un documento no oficial que da constancia del embarque de personas bajo el pabellón de un buque proveniente de un país extranjero. No es válido como documento de identificación.
- Carné consular. Documento que acredita la inscripción de una determinada persona en el consulado de un país. Tampoco es válido como identificación.

El sistema solicitará, cuando sea necesario, la **DAE**, que deberá ser acompañada de la documentación justificativa y escaneada por la Oficina en la ficha de PBC del cliente. Esta documentación será revisada y validada por el Área PBC, que decidirá si la identificación es válida o no.

Cuando el **receptor del giro sea diferente del destinatario**, habrá que informar de su nombre y apellidos, tipo de documento y número con los criterios expuestos anteriormente.

Se deberá tener en cuenta que un receptor nunca puede ser una persona jurídica. Para el caso de **giros oficiales**, entre oficinas o dirigidos a organismos públicos, se podrá utilizar como documento del receptor el NIP del empleado.

En dicho caso, es obligatorio escanear el DOI del destinatario y la autorización o poder notarial que autorice la recogida del giro en nombre del titular, a través de la ventana única de PBC.

Los giros dirigidos a **personas internas en centros penitenciarios** cuentan con un procedimiento especial:

1. La entrega la intentarán las Unidades de Reparto, por lo que las personas internas solo tendrán que ir a la Oficina en caso de ser avisados, o cuando se trate de giros internacionales.
2. El funcionario de prisiones conocerá con antelación los giros a retirar. Será él quien se presente en nombre de los internos. Lo hará con los M-4 entregados y con una relación en la que figurarán nombre, apellidos, nacionalidad, fecha de nacimiento, motivo del envío y número de identificación, importe del giro y código del giro.

## Glosario

**DAE:** Declaración de actividad económica. Formulario para aplicar medidas reforzadas con las operaciones de envío/cobro de dinero.

3. La oficina se quedará con la relación aportada por el funcionario de prisiones, donde este deberá firmar. Se le entregará una copia sellada.
4. La oficina procederá a liquidar los giros en SGIE como entregados. Se indicará en destinatario y receptor de SGIE el nombre y apellidos del interno, y en el campo NIS el número de identificación del interno que figura en la relación.
5. El funcionario de prisiones autorizado no firmará en la tableta ni en las libranzas. El justificante será la entrega de la relación aportada por él, que la oficina grapará a los M-4 elaborados por el cartero y a las libranzas de los giros, firmadas por el empleado de la oficina que realizará el pago. Ahí deberá figurar su NIP y el sello de fechas de la oficina.
6. Si el funcionario de prisiones se niega a firmar en la relación el recibí, indicando la cantidad recibida, no se le entregará el dinero.
7. Este tipo de entregas no será válido si el giro va dirigido a un apartado postal.
8. Al dar de alta al recluso en la BBDD PBC, el sistema solicitará el número y la fecha de caducidad del documento de identificación (el NIS, en el caso de los reclusos). Al no tener fecha de caducidad, se introducirá en el sistema la fecha 01/01/9999.
9. Los otros datos a cumplimentar en el formulario de alta de la BBDD PBC en el caso de los reclusos son: tipo de documento (se marcará «Pasaporte»), país de emisión («España»), nombre y apellidos, país de nacimiento, nacionalidad, ocupación/actividad comercial (se marcará «Otros»), y domicilio, país, CP, localidad, provincia (donde se incluirán los datos del centro penitenciario). Por último, como motivo del giro se indicará el motivo que figura en la relación aportada por el funcionario de prisiones.

Otro caso especial es el de los **giros oficiales de Correos**. En este caso, la razón social será Sociedad Estatal Correos y Telégrafos, con CIF A83052407, el nombre del autorizado sería el cargo («Director de oficina», por ejemplo) y el número de identificación sería el **NIP**.

Por su parte, **en los giros dirigidos a organismos oficiales**, la identificación se realizará por nombre del organismo y CIF. El autorizado que actúe en nombre del organismo para el cobro del giro podrá identificarse con su NIP.

Finalmente, **los menores de edad** que reciban un giro deberán estar representados por sus padres, tutores o representantes legales. Al ser necesario el DNI, solo podrán pagarse giros a mayores de catorce años. Es preciso tener en cuenta que, según los estándares nacionales e internacionales, los menores presentan un riesgo más elevado en materia de prevención de blanqueo de capitales. Es por ello que, en este sentido, el sistema siempre aplica Medidas Reforzadas PBC: Libro de Familia, Escritura de Apoderamiento, Tutoría legal, etc.

La normativa actual define **el blanqueo de capitales**, a efectos de la actividad desarrollada por Correos, como el envío o la recepción de dinero, a sabiendas de que dichos fondos provienen de una actividad delictiva, con el propósito de encubrir su origen ilícito.

Asimismo, se entiende por **financiación del terrorismo** el envío o recepción de dinero con la intención o el conocimiento de que los fondos sean utilizados para cometer delitos de terrorismo.

## Glosario

**NIP:** Número de identificación personal.



La Ley 10/2010, de 28 de abril, incluye en su artículo 2.1.j) a Correos como sujeto obligado en materia de prevención del blanqueo y de la financiación del terrorismo, por su actividad de giro o transferencia.

Es por ello que se han establecido una serie de «alertas» en la aplicación que avisan, en función de la operación y del cliente, de las medidas de diligencia debida en cada caso.

Las medidas se aplicarán en las operaciones de admisión de giros (IRIS) y pago de giros (SGIE). El sistema solo avisará al empleado en el caso de que sea necesario aplicar medidas reforzadas. Las medidas simplificadas y normales ya están cubiertas con los procedimientos de alta del cliente en la base de datos de PBC, así como con el archivo de la copia del DOI del cliente.

Cuando las medidas reforzadas aparecen en pantalla, **el empleado estará obligado a solicitar al cliente lo indicado en ellas**, y será el responsable de su cumplimiento. La negativa a la entrega o cumplimentación de los documentos solicitados conllevará para el cliente la no aceptación de la operación. La documentación en cuestión se escaneará en la ventana única de PBC, excepto la DAE (declaración de actividad económica) que se envía a CeDiCo (centro de digitalización de Correos).

Además, cabe recordar que existe un **límite de 3.000 euros para movimientos de giros internacionales** para un mismo remitente y en un mismo día. En estos supuestos, el sistema informará que se ha excedido el límite, y se impedirá la operación con un mensaje al usuario de la aplicación.

El tipo de medidas a aplicar en los giros dependerá del tipo de actores participantes en el envío. Así pues:

- Se aplicarán **medidas simplificadas a:**
  - Las Administraciones Públicas, clasificadas mediante su CIF por Correos, así como a sus organismos dependientes cuando estos sean los ordenantes o receptores de los giros.
  - Las entidades de derecho público de los Estados miembros de la Unión Europea, o de países terceros equivalentes.
  - Las sociedades u otras personas jurídicas controladas o participadas mayoritariamente por entidades de derecho público de los Estados miembros de la UE, o países terceros equivalentes.
  - Las entidades financieras, exceptuadas las entidades de pago, domiciliadas en la UE o en países terceros equivalentes, y que sean objeto de supervisión para garantizar el cumplimiento de las obligaciones de prevención del blanqueo de capitales y de la financiación del terrorismo.
  - Las sucursales o filiales de entidades financieras, exceptuadas las entidades de pago, domiciliadas en la UE o en países terceros equivalentes, cuando estén sometidas por la matriz a procedimientos de prevención del blanqueo de capitales y de la financiación del terrorismo.



- Las sociedades con cotización en bolsa cuyos valores se admitan a negociación en un mercado regulado de la UE, o de países terceros equivalentes, así como sus sucursales y filiales participadas mayoritariamente.
- Los giros para pago del propio Servicio Postal, con origen y destino en el propio servicio de Correos.
- Se aplicarán **medidas normales a:**
  - Los clientes de giro nacional e internacional, que actúen en su propio nombre, remitentes o destinatarios en oficina que no superen los 3.000 euros, individuales o acumulados, en un trimestre.
  - Los clientes de giro internacional que envíen o reciban fondos con países designados por el ordenamiento jurídico y realicen operaciones que, acumuladas con las del último mes natural, no superen los 1.500 euros (enviados o recibidos).
- Se aplicarán **medidas reforzadas a:**
  - Los clientes de giro internacional que envíen o reciban fondos con países designados por el ordenamiento jurídico y realicen operaciones que, acumuladas con las del último mes natural, superen los 1.500 euros enviados o recibidos.
  - Los clientes de giro nacional o internacional remitentes o destinatarios que superen 3.000 euros, individuales o acumulados, en el periodo de un trimestre natural.
  - Los clientes comunicados al **SEPBLAC**.
  - Los clientes relacionados con peticiones de Juzgados, Policía, o Requerimientos del SEPBLAC.
  - Los clientes que realicen operaciones que se consideren fuera de lo normal, inusuales o que presenten indicios de sospecha en relación con la prevención de blanqueo de capitales.
  - Las **personas de responsabilidad pública**, también conocidas como **PEP**.

Primero habrá que definir qué es una PEP (persona políticamente expuesta):

- Toda aquella persona **que desempeñe o haya desempeñado funciones públicas importantes** por elección, nombramiento o investidura en otros Estados miembros de la UE o terceros países.
- Que desempeñe o haya desempeñado **funciones importantes en el Estado español**, tales como los altos cargos (según la definición en materia de conflictos de intereses de la Administración General del Estado), los parlamentarios nacionales y del Parlamento Europeo.
- Que desempeñe o haya desempeñado **funciones públicas importantes en el ámbito autonómico y local español**, así como los alcaldes, concejales y demás altos cargos de los municipios de más de 50.000 habitantes. También los **cargos de alta dirección en organizaciones sindicales o empresariales o partidos políticos** españoles.

Las medidas correspondientes a las PEP **también abarcarán a sus familiares o allegados**. Y aunque las PEP dejen de desempeñar las funciones que las han llevado a ser consideradas como tal, las medidas reforzadas se les continuarán aplicando por un periodo de dos años.

## Glosario

**SEPBLAC:** Siglas del Servicio Ejecutivo de la Comisión de Prevención del Blanqueo de Capitales e Infracciones Monetarias. Es la unidad de inteligencia financiera del ejecutivo español.

El fin de estas medidas será determinar el origen del patrimonio y de los fondos con los que se pretende llevar a cabo la operación.

La admisión de las personas con responsabilidad pública como clientes **debe ser autorizada** por el Responsable de Oficina/Unidad de Reparto, que ha de trasladar su decisión al Área de Prevención, a través del correo electrónico habilitado para tal efecto.

Los empleados públicos de niveles intermedios o inferiores no entrarán dentro de la consideración de PEP.

La aplicación de Western Union dispone de una serie de mensajes de alerta que lanzarán advertencias cuando haya elementos que impidan continuar con la operación, o bien cuando sea necesario solicitar al cliente documentación adicional. Las **principales alertas** son:

- **FAVOR REVISAR/CORREGIR INFORMACIÓN DE CUMPLIMIENTO:** existen problemas con la documentación del beneficiario; o no se ha seleccionado el tipo de documento de identificación adecuado, o el número introducido es incorrecto. El operador corregirá los datos insertados en el campo ID, así como la numeración correspondiente en el campo número de identificación.
- **SOBRE LÍMITE DEL CLIENTE, TXN RECHAZADA:** la operación en curso, sumada a otras realizadas por el mismo cliente durante el último trimestre natural, supera la cantidad de 3.000 euros. En estos casos, no se podrá realizar la operación por haber superado el límite.
- **TRANSACCIÓN RECHAZADA CONTACTE A SU CSC:** la operación no puede realizarse. Habrá que contactar por teléfono con el CSC (el centro de atención al cliente de Western Union) en el 23340. Se introducirán en la aplicación los datos necesarios para realizar la operación, que estarán reflejados en el impreso que ha cumplimentado el cliente.
- **OPERACIÓN RECHAZADA LLAME CALL CENTER: U055 CALL CSC FURTHER INFORMATION ON MT:** el cliente no puede realizar ni envío ni pago por haber superado el límite de 3.000 euros en un mismo trimestre natural.
- **LA OPERACIÓN NO PUEDE SER TERMINADA:** significa que el cliente no puede, en ese momento, realizar operaciones de envío de dinero.

Introducidos los datos en el sistema (Giro o WUPOS) y con toda la documentación requerida, habrá que verificar y comprobar que dicha documentación está en vigor.

En las operaciones con medidas reforzadas en las que el cliente deba rellenar la **DAE**, el empleado comprobará que está cumplimentada de forma correcta, y solicitará la aclaración o ampliación de aquellos apartados no cumplimentados, o cuya descripción sea genérica o susceptible de dudas.

Además, si el giro es internacional, el sistema ha solicitado medidas reforzadas y en el DOI presentado no figura domicilio en España, el cliente deberá aportar cualquier documento que acredite su estancia, permanente o temporal, en España.

El documento presentado deberá ser el original y recogerá el nombre completo del cliente y una dirección. Son documentos acreditativos válidos para justificar la estancia:

- Certificado de empadronamiento.
- Contrato de alquiler de vivienda.
- Escrituras de vivienda.
- *Seaman's book* o Libreta marítima.

No se aceptará la Lista de Correos como domicilio. Existe un modelo DAE para Personas Físicas y otro modelo para Personas Jurídicas. También, modelos en catalán para los envíos desde Andorra. Todos estos modelos están en la Intranet de Correos.

Por último, se ha de destacar que, en el caso de aplicación de medidas reforzadas, será necesaria la justificación documental de la actividad económica o del origen lícito de los fondos.

Se entenderán por **operaciones sospechosas**:

- Las operaciones fallidas, que son aquellas que no llegan a realizarse porque el cliente rehúsa terminarlas cuando se le exige algún requisito esencial de identificación, se niega a cumplimentar la DAE o a aportar la documentación acreditativa de su actividad solicitada.
- Las operaciones en las que el cliente fracciona la operación en varias, para eludir el deber de identificación adicional.
- Aquellas en las que existan indicios o certezas de que los clientes no actúan por cuenta propia e intentan ocultar la identidad del cliente real.
- Operaciones en las que no existe una explicación razonable sobre el origen o destino de las operaciones realizadas.
- Aquellas en las que el cliente no dispone o rehúsa presentar la documentación justificativa de domicilio permanente o temporal en España.
- Operaciones en las que el cliente ofrece algún regalo para evitar ciertos requisitos de identificación.
- Operaciones en las que el cliente trata de eludir las medidas adicionales de identificación.
- En general, operaciones que presentan indicios de blanqueo de capitales o conexión con actividad delictiva.

Cuando se aprecien indicios de operaciones sospechosas, el responsable de la oficina o el empleado que tuviera conocimiento de ella la comunicará al Área de Prevención del Blanqueo de Capitales.

Habrá que **abstenerse de realizar operaciones** en casos como los siguientes:

- Clientes que rehúsen entregar la documentación que permita su identificación.
- Clientes que presenten documentos de identificación que alberguen dudas sobre su legalidad, legitimidad, no manipulación, etc.
- Clientes que faciliten datos falsos o erróneos.
- Clientes que pongan fin a la relación al ser requeridos para que faciliten información.



- Clientes a los que no sea posible aplicar alguna de las medidas de diligencia debida previstas en este manual.
- Clientes que oculten al titular real, en un intento por evitar que se apliquen los requisitos de medidas de diligencia debida a dicho titular.
- Clientes que realicen operaciones que presenten indicios de estar relacionadas con el blanqueo de capitales o la financiación del terrorismo.
- Personas jurídicas cuya estructura de propiedad o de control no se pueda determinar.

Western Union, por su parte, recomienda una mayor alerta con las siguientes operaciones:

- Clientes que dividan transacciones en fracciones con el fin de eludir las limitaciones legales establecidas.
- Clientes que utilicen el servicio para compra de acciones, bonos, fondos mutuos de inversión y contratos de seguro.
- Clientes que utilicen el servicio para transferir fondos con fines de juego. Cuando se tenga la certeza o se sospeche que la transferencia de fondos tiene el propósito de tomar parte en juegos de azar, el empleado tiene la obligación de rechazar la transacción, siempre y cuando tenga origen o destino en los considerados paraísos fiscales, detallados en el Manual de Prevención de Blanqueo de Capitales.

## Western Union

**Western Union** y **Correos** cuentan con un **acuerdo para la transferencia de dinero** entre las oficinas del operador nacional y los países que prestan el servicio de «Transferencia de dinero en minutos» (*Will Call*). Dicho servicio cuenta con varias características básicas, de las cuales estas son las más destacadas:

1. El servicio permite enviar y retirar dinero en cualquiera de las oficinas que Western Union tiene en más de 200 países de todo el mundo.
2. El dinero está disponible minutos después de su admisión en ventanilla, y se mantiene en el sistema para su pago durante 90 días.
3. A partir de este momento, si el cliente quiere recuperar su dinero o mantener su pago, la transacción deberá ser reactivada a través de una petición a los Servicios Centrales. Para ello, la oficina correspondiente tiene que ponerse en contacto con el *Call Center* o CSC para que la transferencia sea reactivada o devuelta a origen por el monto principal.

El beneficiario de una transferencia de Western Union, para poder recoger el envío de dinero, debe proporcionar los siguientes datos:

- Nombre y apellidos del remitente.
- Importe que espera recibir el destinatario, con un margen de error del 10%.
- Ciudad y país de origen.
- Número de control de la transferencia, MTCN.

El envío de dinero puede incluir servicios adicionales:

- Opciones de entrega: mediante notificación telefónica.
- Mensajes.

El **límite** en España por transferencia (envío o pago) es de 3.000 euros por persona y por día, tanto por remitente como por beneficiario. Además, también se aplican ciertos límites mensuales y trimestrales.

**Mantener la confidencialidad** es algo que siempre se priorizará. Nunca se tendrán que discutir los detalles de las transferencias de dinero de Western Union con nadie que no sea el beneficiario, el remitente, un representante autorizado de Western Union, un representante de las fuerzas y cuerpos de seguridad del Estado, o un empleado autorizado de Correos. No se permitirá que nadie, aparte de un empleado de Western Union o un representante, revise, vea o escuche información sobre una transacción.

La comunicación habrá de ser **clara y concisa** sobre todos los aspectos del servicio. Se deberá explicar de la forma más detallada posible todas las tarifas, cambios internacionales y términos adicionales. Al remitente se le deberá indicar que proporcione los detalles de la transacción al beneficiario para que esta pueda ser cobrada: datos del remitente, moneda de envío, cantidad y país de procedencia. Si un cliente formula una pregunta, habrá que ofrecerle una explicación clara que responda a su pregunta. Si no se está seguro de la respuesta correcta, habrá que buscarla lo antes posible o llamar al CSC.

La amabilidad será una parte esencial de la calidad del servicio al cliente, incluso cuando el cliente esté enfadado, irritado, equivocado o sea descortés. Un cliente suele sentirse mejor después de haber tenido la oportunidad de expresar sus puntos de vista. No se deberá interrumpir al cliente y habrá que prestarle atención. Se utilizarán siempre expresiones amables como «gracias» o «por favor», y habrá que mostrarse sincero en todo momento e intentar dirigirse al cliente por su nombre.

Habrá que **confirmar siempre la información** para evitar malentendidos o errores, y siempre cobrar el dinero antes de finalizar una transacción. Las transacciones se procesan cuando el cliente está presente, para solventar cualquier duda en los datos recogidos en el impreso. Si no se está seguro de la información que indica el cliente, habrá que preguntársela de nuevo de forma educada.

El servicio de Western Union tendrá que resultar cómodo a los clientes.

Las **quejas** de los clientes habrán de tratarse de forma rápida y efectiva, y se tratarán de resolver lo antes posible, para satisfacer las peticiones del cliente de la mejor forma posible. En caso de no poder resolver el problema de forma inmediata, habrá que contactar con los servicios centrales de Western Union.

Se deberán **respetar todas las culturas y costumbres**, y se evitará cualquier referencia a razas o etnias.



Habrá que ser **cuidadoso con la atención a cada cliente**, así como contar con sensibilidad ante las situaciones especiales de cada cliente. Habrá que tomarse el tiempo que sea necesario para cada transacción.

Se deben **cumplir siempre las políticas** de Western Union y acatar todas las leyes que apliquen en cada caso. Se deberán archivar todas las identificaciones de los remitentes y los receptores según lo establecido.

El servicio de transferencia *Will Call* permitirá a los clientes enviar dinero que podrá ser recogido en cualquier oficina de Western Union en el país de destino. El remitente deberá notificar al beneficiario que la transferencia está siendo realizada, y confirmarle la forma en que puede recoger la transacción. El remitente podrá también elegir un servicio de notificación o de entrega, en caso de que esté disponible en el país de destino. Para cualquier modificación o información sobre una transferencia realizada, el cliente en la oficina de Correos deberá presentar el resguardo correspondiente.

**WUPOS** es la aplicación de servicio de transacciones de Western Union, a través de la cual se llevan a cabo todas las operaciones de envío de dinero. Se accederá a ella a través de un enlace de la aplicación o desde el sistema IRIS de Correos. El acceso a la aplicación WUPOS estará integrado en IRIS.

En la pantalla de acceso se deberá introducir la identificación de usuario (ID de usuario = identificación de número de usuario) y la palabra clave (contraseña). Por último, se pulsará en el botón «enter».

En caso de optar por el acceso por enlace, se accederá a la página WUPOS. Ahí, el sistema mostrará una nueva ventana con los diferentes certificados. Siempre que sea un puesto físico y no virtual, se seleccionará «Cancelar» y «No aceptar».

A continuación, se introducirá **la contraseña asignada al usuario**. La primera vez que se acceda al sistema se introducirá el operador asignado y, en el apartado clave, la contraseña genérica RESET100. Tras introducir la contraseña genérica, WUPOS solicitará cambiar la clave. Se insertará una nueva clave y se confirmará la misma en el apartado correspondiente. Existen **varias reglas para la nueva clave**:

- La contraseña debe contener un mínimo de 8 caracteres alfanuméricos y por lo menos un número.
- La nueva clave no puede coincidir con ninguna de las 15 claves previas de WUPOS.
- El uso de mayúsculas o minúsculas es indiferente.

Una vez introducida la nueva contraseña de forma correcta, el sistema pedirá iniciar sesión, de nuevo, con la contraseña que se acaba de crear. Si la clave de acceso es correcta aparecerá la pantalla con la identificación del operador y del terminal ID.

**Tres intentos fallidos** provocarán que no se pueda acceder al sistema. Ante tal situación, deberá bien ponerse una incidencia en el CAU, para que la clave sea desbloqueada; o

bien comunicarlo, mediante la plantilla correspondiente a envío de dinero, por correo electrónico.

Los elementos principales de la pantalla inicial de la aplicación WUPOS serán la **sección de avisos**, en el tablón informativo rojo de la pantalla; **los destinos utilizados con más frecuencia**, que facilita la navegación; y la **opción otros servicios**, a la izquierda de la pantalla, que ofrecerá varias funciones:

- **Modificar transacción:** donde se podrán editar los datos del beneficiario.
- **Inscripción Tarjeta Gold Card:** permitirá inscribir a los clientes en el programa de incentivos de la Tarjeta de WU (Western Union).
- **Información del país:** ofrecerá las restricciones específicas del país de destino.
- **Reporte de transferencias:** para comprobar las transacciones realizadas por la oficina.
- **Búsqueda de agentes:** permitirá localizar a los agentes pagadores en el país de destino.
- **Informe de actividad:** registro de transacción a sacar por la oficina al final del día.
- **Estado de transferencias:** consultar en qué estado se encuentra la transferencia.
- **Firma del usuario:** captura firma digital del empleado.

Si al acceder a WUPOS se introduce mal la contraseña, saldrá un error en la pantalla, abajo a la izquierda, que rezará: «Nombre de usuario y/o clave inválida. Por favor, inténtelo de nuevo más tarde».

Cuando se vaya a acceder por primera vez a la página y salga dicho error, habrá que notificarlo a envío de dinero mediante correo electrónico, o comunicárselo al jefe de sector. El problema se debe a una instalación errónea del certificado en la página, o a que el equipo no tiene habilitado WUPOS.

Si se llevan a cabo tres intentos de conexión con resultado negativo, la clave se deshabilitará. Habrá que reactivarla por medio de una incidencia en el CAU. En tal caso, la pantalla mostrará el siguiente mensaje de error «Su cuenta está bloqueada» e informará de cómo se debe proceder.

Antes de enviar cualquier transferencia, se deben tener en cuenta los **límites, restricciones y opciones** que existan en nuestra ubicación y en el país de destino. Para ello, se consultará la pantalla de Información. También se deberán tener en cuenta las diferentes opciones del país en cuanto a la moneda de pago. Por último, el empleado debe tener registrada su firma digital en WUPOS.

La firmadora (PAD) es un dispositivo que recogerá la firma del cliente de forma digital. Al estar enlazada de manera virtual a WUPOS, tanto la firma del operador como la del cliente saldrá digitalizada.

El empleado deberá registrar la firmadora en WUPOS una única vez (siempre y cuando permanezca en la misma oficina).





Todos los clientes que envíen una transacción de dinero a través Western Union tendrán la opción de rellenar un formulario de guía rápida para facilitar el trabajo al empleado de la oficina.

Si dicha información se cumplimenta, deberá ser insertada en el sistema informático de Western Union. Los campos del formulario rápido son los siguientes:

1. Número de tarjeta de Western Union, si dispone de ella.
2. Ciudad y país de destino donde el beneficiario recogerá el dinero.
3. Cantidad que va a ser enviada en moneda local, en cifra y letra.
4. Información del beneficiario: nombre y apellidos.
5. Información del remitente: será recogida de forma automática por el agente, que además deberá verificar que el documento del cliente está en vigor y es válido para enviar con Western Union.

El agente ofrecerá al cliente aquellos **servicios adicionales** que sean prestados por el país de destino. Pueden conllevar tarifas adicionales que serán comunicadas, junto con las tarifas, al cliente antes de realizar la transferencia. Algunos de estos servicios son:

- Entrega a domicilio.
- Llamada telefónica en destino.
- Mensaje.

Cuando el beneficiario no disponga de una identificación válida, el cliente y remitente podrá optar **por crear un formulario de pregunta/respuesta de verificación** con la ayuda del trabajador de Correos. La cantidad máxima que el destinatario puede recoger sin presentar identificación variará según el país de destino, incluso dicha opción puede no estar disponible en ciertas jurisdicciones. En otros, habrá que demostrar el motivo de la falta de documentación. Se podrá comprobar dicha información con la tecla de función F2.

Sea como sea, **se informará al cliente de que esto supone un riesgo**, pues cualquier persona podrá cobrar el dinero en destino si conoce el MTCN o las respuestas. Dicho sistema, más que una medida de seguridad adicional, es un último recurso en el caso de que el beneficiario tenga problemas de documentación.

En España se paga con identificación válida, siempre que el cliente aporte el número de control de la transferencia (MTCN) y los datos de la transferencia.

Ya iniciado el proceso de envío de dinero con el cliente, el trabajador de Correos podrá realizar la búsqueda de dicho cliente en la base de datos de WUPOS de tres maneras diferentes:

- A través del número de tarjeta de WuCard (si el cliente la posee);
- a través del número de su documento de identificación;
- mediante su número de teléfono móvil o fijo; o
- de forma directa, a través de los nombres y apellidos del cliente en cuestión.

Por supuesto, se podrá dar el caso de que **el cliente no disponga de tarjeta WuCard** y que no forme parte del registro de datos, lo más probable porque nunca haya utilizado el servicio

de Western Union. En tal caso, existirá la opción de fidelizar al cliente al activar la casilla «¿Desea inscribir al remitente?».

Los datos a insertar en el sistema se podrán anotar desde el ya mencionado formulario rápido de envío de dinero, si el cliente remitente ha querido complementarlo, o bien los podrá comunicar de forma verbal (en cuyo caso, los datos siempre han de ser verificados por el personal de Correos). Si se logra inscribir al remitente en la base de datos, la próxima vez que este se presente ya aparecerá en la lista de clientes de WUPOS.

En caso de que el cliente ya haya realizado transferencias de envío de dinero por medio de Western Union, WUPOS informará de ello cuando se cumplimente alguna de las opciones de los recuadros de «Búsqueda del remitente». Aparecerá ahí una lista de posibles beneficiarios con los que el remitente ya ha tenido relación en operaciones previas. Si el cliente desea enviar dinero a un beneficiario de la lista, se seleccionará dicho perfil. Todos los datos serán volcados en ese momento al sistema de WUPOS.

Por otro lado, si el cliente beneficiario no se encuentra en el desplegable, se seleccionará «Nuevo beneficiario».

Al cliente se le solicitará una documentación válida en vigor, que será escaneada por el empleado siempre que no forme ya parte de la base de datos de WUPOS.

De ser así, ya no será necesario realizar un escaneado del documento por cada operación, ya que este quedará registrado en el servidor. Solo habrá que comprobar que la documentación presente en el sistema coincide con la que entrega el cliente. También habrá que verificar que esta sigue en vigor y que no está caducada.

En el **caso excepcional de que cliente cuente con una dirección temporal**, se introducirán en el sistema ambas direcciones. Es decir, en la parte de datos del remitente se introducirá el domicilio que figura en la documentación. Sin embargo, en dirección temporal se podrá introducir el domicilio donde actualmente reside el cliente remitente.

A continuación, el sistema realizará la siguiente pregunta: «¿Envía el dinero en nombre de una tercera persona?» WUPOS solo permitirá dos respuestas: negativa o afirmativa. En este caso, siempre habrá que seleccionar «No», ya que Western Union no admite envíos a nombre de un tercero, ni tampoco autorizaciones para el envío de dinero.

Comprobada toda la documentación, se pasará a introducir la información de la transferencia en WUPOS.

Una vez insertados los datos del remitente, habrá que cumplimentar los datos del país de destino en el apartado «Información de transferencia». Se elegirá el país a enviar, se insertará la moneda de envío, así como la moneda que se quiere recibir en destino.

Aquí se deben destacar varios aspectos:

1. Se deberá observar que puede haber varias opciones de moneda de pago en el país de destino, por lo que se tiene que elegir de forma correcta la moneda de pago.



2. En caso de tener que cambiar de moneda de pago o el país de destino, se podrá realizar el cambio de moneda desplegando de nuevo la casilla, sin perder los datos grabados con anterioridad.
3. Al ingresar la cantidad de dinero a enviar, esta podrá especificarse en moneda local (en este caso, euros) en el campo «Cantidad de envío». También podrá especificarse en moneda del país de destino, en el campo «Cantidad a recibir». Por otra parte, una tercera opción es detallarla en el apartado «Cantidad total», donde se calculará la cantidad del monto principal a enviar más la comisión.
4. Si el país admite el servicio de enviar mensajes, se desplegará el campo «añadir mensaje». Ahí se podrá insertar el mensaje que se desea enviar.
5. En caso de que el cliente cuente con un código de promoción de cualquier tipo, el sistema también informará de ello.
6. Con el conjunto de todos los datos aportados en «Información de transferencia», el sistema calculará el importe de la transferencia.

A continuación, se cumplimentarán **los servicios de entrega para el país de destino**:

1. Si el país no tiene servicio de entrega, el sistema seleccionará por defecto la opción de «Ninguno».
2. Habrá que tener en cuenta que cualquiera de las opciones adicionales en forma de servicios de entrega (Entrega Física, la Notificación por Teléfono, o *Direct to Bank*) pueden tener cargos adicionales, que serán calculados de forma automática por el sistema. Se podrá visualizar su importe en la ventana de WUPOS que figura en la parte izquierda de la pantalla, en la información de la transferencia o en la confirmación de la transferencia.

El penúltimo paso es **introducir los datos del receptor**. En caso de que cuente con un segundo nombre, este es opcional. Además, en la opción de «Elija formato» se puede modificar el sistema para incluir los apellidos paterno y materno del beneficiario, o solo el paterno.

Si el cliente tenía el documento registrado en la base de datos y ya había enviado dinero en otras ocasiones al receptor de este envío, **se volcarán ciertos datos de manera automática**. Entre dichos datos, que son variables y dependerán del caso, pueden estar el tipo y número de documento, su fecha de expedición y fecha de caducidad, su país de expedición, el país de nacimiento y país de nacionalidad del beneficiario, o su fecha de nacimiento. Los datos que no se hayan completado de forma automática deberán ser cumplimentados.

A continuación, habrá que seleccionar el motivo de la transacción entre las siguientes opciones:

1. Ayuda familiar/Coste de vida.
2. Ahorro/Inversión.
3. Regalo.
4. Pago de bienes o servicios/Transacción comercial.

5. Gastos de viaje.
6. Matrícula escolar.
7. Alquiler/Hipoteca.
8. Emergencia/Ayuda médica.
9. Caridad/Ayuda para pagos.
10. Nóminas/Gastos de empleados.
11. Juegos.

Tras introducir los datos del beneficiario, habrá que seleccionar «Preimprimir recibo» para que se habilite la opción de «Captura de ID/Documento», en caso de que sea necesario. Antes de capturar el documento, **habrá que acceder a Gescan:** para ello se deberá acceder al escritorio y abrir **GESCAN APP > Escaneo de imágenes.**

Cabe señalar aquí que nadie puede hacer transacciones en nombre de otra persona aun cuando esté autorizado por el remitente.

Existen ciertos casos en los que **el sistema WUPOS puede dar aviso de límites, negligencias o actuaciones sospechosas.**

Una de las más habituales se producirá ante **un conjunto de transferencias de dinero que superen los 3.000 euros en el último trimestre natural** (90 días anteriores). En dicho caso, una vez que se han grabado todos los datos en el sistema para realizar la transferencia y se pulsa el botón enviar dinero, ocurrirá que el sistema devolverá el siguiente mensaje en la parte superior del envío: «R8024-TRXN RECHAZADA, CLIENTE SUPERA LIM TRIM».

El mensaje significa que la operación en cuestión, sumada a otras realizadas por el mismo cliente durante el último trimestre natural, supera la cantidad de 3.000 euros. El sistema de vigilancia tiene en cuenta las operaciones realizadas no solo a través de Western Union, sino también a través de giro internacional (Giro UPU, Eurogiro). En estos casos, el empleado deberá informar al cliente que esta operación está sujeta a medidas adicionales.

Otro mensaje habitual es el de «Superación del Límite Diario: A0308 Transacción Sobre Límite de SPLIT». Al igual que en el caso anterior, aparecerá cuando se hayan insertado todos los datos necesarios para realizar una transferencia de dinero por medio de Western Union, al pulsar el botón de enviar dinero. Ahí, el sistema avisará con este mensaje de error.

Si el cliente supera el límite de envío de 3.000 euros como máximo, bien en una única operación o bien en varias operaciones en un mismo día, no podrá realizar otra. El sistema, igual que en el caso anterior, tendrá en cuenta las operaciones realizadas a través de giro internacional (Giro UPU y Eurogiro) y Western Union.

Desde el menú principal de WUPOS se podrán visualizar todos los servicios de los que dispone el sistema. Para ello, habrá que desplegar el botón «Otros servicios». El principal es **Direct to Bank.**

El servicio Western Union Money Transfer® Direct to Bank ofrecerá a los clientes una manera sencilla y cómoda de **enviar fondos a la cuenta bancaria cualificada del beneficiario**, de forma directa, sin pasos intermedios.

Tras el envío, el dinero se depositará en la cuenta bancaria del receptor en una horquilla de tiempo que va de minutos a los tres días, dependiendo del caso.

El remitente deberá suministrar los siguientes detalles:

1. Nombre del receptor según aparece como titular de la cuenta bancaria.
2. El nombre del banco del receptor.
3. Número de cuenta del receptor.
4. Los detalles adicionales pueden variar dependiendo del banco y del país de pago.

El beneficiario sabrá que los fondos han sido depositados en su cuenta bancaria de dos modos:

1. Podrá recibir una notificación por SMS que le informará del éxito de la transacción.
2. Podrá contactar con su banco, o comprobar sus extractos para verificar el depósito.

Los países que ofrecen este servicio son: Andorra, Australia, Austria, Bangladesh, Bahrein, Bélgica, Brasil, Bulgaria, China, Chipre, República Checa, Dinamarca, Egipto, Estonia, Finlandia, Francia, Alemania, Grecia, Hungría, India, Indonesia, Irlanda, Italia, Liechtenstein, Japón, Letonia, Lituania, Luxemburgo, Malasia, Malta, Marruecos, Países Bajos, Nueva Zelanda, Nigeria, Noruega, Pakistán, Filipinas, Polonia, Portugal, Rumanía, Singapur, República Eslovaca, Eslovenia, España, Sri Lanka, Suecia, Suiza, Tailandia, Turquía, Emiratos Árabes Unidos, EE. UU. y Vietnam.

Aunque **técnicamente es posible realizar esta operación a una cuenta en España**, el servicio de Direct to Bank **no** permitirá que este servicio sea empleado desde las oficinas de Correos a cuentas de España.

En caso de problema informático con WUPOS, habrá que contactar con el CAU mediante una llamada, o con la apertura de una incidencia.



Para resolver cualquier incidencia operativa habrá que comunicarla escribiendo al correo electrónico o llamando a los teléfonos habilitados para tal efecto.

Ante posibles errores con la virtualización de los equipos y para facilitar el normal funcionamiento de los sistemas de Western Union (con la recogida de datos y firmas de los clientes en la tableta), Correos facilitará una guía rápida para solventar este tipo de incidencias.

### 4.3.2. Correos Cash – Ingreso y reintegro de fondos en entidades financieras

Correos Cash permite realizar operaciones de ingreso o reintegro en cuenta corriente, a través de las oficinas de Correos, con ciertas entidades financieras. A saber:

- Banco Mediolanum
- Banco Santander
- Bancofar
- Evo Banco
- Ibercaja
- Triodos Bank

Para ello, el cliente solicitará un ingreso o reintegro en su cuenta corriente a través de la aplicación de su entidad financiera.

En caso de ingreso, la entidad devolverá a su cliente una nube de puntos, un código de barras o **un código alfanumérico**.

En caso de reintegro, el cliente solicitará la retirada de fondos de su cuenta corriente a través de la app de su entidad financiera o de otro dispositivo. El cliente recibirá un localizador, que será utilizado para cobrar un Giro Inmediato en Correos.

**El procedimiento será el como el del pago de un giro inmediato.** La única diferencia será que al introducir en el sistema el localizador, los campos necesarios se completarán automáticamente.

Tras realizar la operativa en IRIS, se solicitará la firma del cliente en la tableta y se generará el justificante, que se imprimirá o se enviará por *e-mail* (y se guarda mediante un proceso interno en Ágora).

Correos Cash del Banco de Santander es un servicio mediante el cual los clientes del Banco Santander pueden realizar ingresos y reintegros de dinero en su cuenta bancaria a través del servicio de giro de Correos.

Para poder acceder a este servicio, el cliente deberá ser titular de una cuenta bancaria en esta entidad, no pudiendo autorizar a un tercero a solicitar el servicio en su nombre.

El cliente podrá ser de dos tipos, según la forma de solicitar el servicio:

- Cliente digital:
  - Dispone de acceso a la app del Banco Santander, mediante la cual solicitará el reintegro o bien el ingreso de dinero.
  - Obtendrá un código QR que lleva asociado un giro inmediato, en el caso de los reintegros, o un Giro OIC (Orden de Ingreso en Cuenta), en el caso de los ingresos.
  - Tendrá 7 días para retirar el importe en la Oficina.



- Cliente no digital:
  - No dispone de acceso a la app del Banco Santander y opera con una tarjeta bancaria.
  - En el caso de los reintegros, el Giro Inmediato se genera en el momento del pago, tras la consulta y aprobación de la entidad bancaria al introducir los datos del cliente en el sistema. Lo mismo ocurre con el Giro OIC en el caso de los ingresos.

Para las operaciones de reintegro/ingreso de dinero, los clientes no digitales deberán facilitar su DOI (DNI, Pasaporte o NIE) y tarjeta bancaria (débito o crédito). El empleado de la oficina informará los datos en SEDI (Atención al público) y verificará que el titular de la tarjeta coincida con la persona que está solicitando el servicio y con el DOI aportado.

### 4.3.3. Correos Prepago

Dentro de la tarjeta Prepago se comercializan nuevas modalidades de tarjeta, física y virtual y la posibilidad de contratar IBAN.

La **Tarjeta Correos Prepago Mastercard®** es una tarjeta para realizar compras en comercios físicos y *online* que acepten tarjetas Mastercard®.

No necesita de cuenta corriente. Se obtendrá, al instante, en oficinas de Correos; o en dos semanas si se solicita a través de la web. En ese caso, para activarla, el cliente deberá acudir a Correos para escanear su DNI.

El número pin de las tarjetas adquiridas en las oficinas se obtendrá siguiendo las instrucciones del pack de compra. Al darlas de alta en la Oficina, el cliente recibirá el pin por SMS automáticamente.

La tarjeta cuenta con funcionalidades como el Servicio IBAN (para realizar transferencias a otras cuentas de la zona **SEPA** o domiciliar recibos o cobros), la retirada de efectivo en cajeros y en las oficinas de Correos o el pago seguro a través de internet.

El número para el alta son los 12 dígitos presentes en la tarjeta. Se deberá capturar con el lector de códigos de barras. No confundir con el número de la tarjeta de 16 dígitos, válido para realizar compras en comercios.

La tarjeta Correos Prepago **la podrá recargar el titular o un tercero indicando el número de 12 dígitos ya mencionado y presente en la tarjeta.** El importe mínimo es de 10 euros, el máximo de 999,99 euros en efectivo. El límite de saldo es 100.000 euros. Las tarifas y comisiones se encuentran actualizadas en la web de Correos Prepago.

## Glosario

**SEPA:** Single Euro Payments, zona única de pagos en Euros, pertenecientes a la zona Euro.





Para realizar una devolución, **la tarjeta deberá tener saldo cero**. También será necesario comprobar la identidad del cliente con el DNI, amén de recoger el *ticket* de venta de la tarjeta para comprobar que la compra se realizó en la misma oficina.

La devolución del producto deberá realizarse en IRIS.

Si un cliente tiene bloqueada la tarjeta, el empleado le pedirá que la compruebe en la app de Correos. En la mayoría de los casos, **el cliente la ha bloqueado sin querer**. En caso contrario, el cliente contactará con atención al cliente.

Un mes antes de la fecha de caducidad, el titular de la tarjeta recibirá una notificación informándole de las posibilidades de:

1. Acudir a una oficina de Correos y adquirir una nueva tarjeta, a la que se le traspasará el saldo de la caducada (reemplazo de tarjeta).
2. Recibir una nueva tarjeta de reemplazo, previo pago del precio de la misma, en un plazo de 7 a 10 días.

Todos los titulares de tarjetas Correos Prepago están convenientemente identificados tanto con los datos del mismo como por el escaneo y archivo del documento de identidad (KYC, siglas en inglés de «conoce a tu cliente»).

**Las tarjetas regalo** son tarjetas que se pueden utilizar en compras nacionales e internacionales.

**No necesitan identificación**, ni se registra ningún dato del cliente tras la venta. Tampoco se pueden vender a menores de 18 años.

Contará con una sola recarga libre de entre 20 y 150 euros en el momento de la compra. Su precio será de 3 euros.

#### 4.3.4. Correos Pay – Pago de impuestos, tributos, tasas o facturas en entidades públicas o privadas

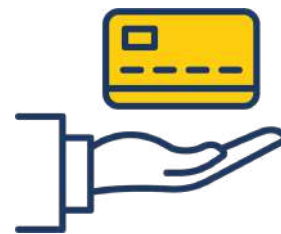
Correos Pay es un servicio de envío de dinero que Correos ofrece a los clientes de la oficina para el ingreso de facturas, impuestos, multas u otras deudas.

El proceso inicial variará dependiendo del grupo en el que se incluya la cuenta:

1. Autónomos y empresas,
2. organismos oficiales.

#### 4.3.5. Cobro de recibos

En las oficinas de Correos se ofrece el servicio de cobro de recibos, que puede dividirse en dos grupos:





- **Recibos con aviso de pago.** La empresa u organización se identificará con el código de barras del recibo. Se podrán pagar mediante este método los recibos de luz, gas y las multas de la DGT (que se identificarán con el código de barras «Nº de Expediente», situado en la parte superior derecha de la denuncia).
- **Recibos sin aviso de pago.** Se podrán abonar los recibos de telefonía; bancos (en el campo «cuenta bancaria» se introduce el código de la cuenta cliente sin los cuatro primeros dígitos); aseguradoras (con el número de póliza); banca digital (se introducirá el código «cuenta cliente» en el campo «cuenta bancaria»).

No se aplicará el límite de 999,99 euros ni para el volcado a la BOLSA de IRIS, ni para el cobro de la misma en metálico en los siguientes casos:

- Pagos dirigidos a entidades financieras o de crédito (p. ej., Carrefour, WiZink, etc.).
- Pagos dirigidos a administraciones públicas (p. ej., multas de la DGT).

El límite del servicio de cobro de recibos para pago en efectivo es de 999,9 euros.

Este producto no admite pago con tarjeta bancaria.

En las oficinas de Correos solo se cobrarán y validarán los recibos. Si los clientes quisieran obtener información adicional, deberán dirigirse a la empresa emisora.

## 4.4. Soluciones digitales

### 4.4.1. Buzón Digital

Buzón Digital de Correos es un **método de almacenamiento en la nube de documentos digitales**, que permite acceder a ellos de manera rápida y sencilla desde cualquier dispositivo. Se necesita solo una conexión a internet y las claves de acceso.

Por otra parte, Buzón Digital permite centralizar las comunicaciones con otros usuarios adheridos al servicio (usuarios particulares, empresas, organizaciones y Administraciones Públicas) de forma segura, y sin *spam* o comunicaciones no deseadas.

Además, Buzón Digital le ayudará a clasificar las comunicaciones en carpetas, de forma automática, y también podrán crear sus propias carpetas personales para subir documentos que quiera conservar. Gracias al motor de búsqueda del Buzón Digital, localizarlos será algo rápido y sencillo. Además, podrá descargarlos o compartirlos con otros usuarios del sistema.

Buzón Digital ofrece también los siguientes servicios asociados:

## Suscripción

El usuario podrá suscribirse a las empresas o entidades que más le interesen. Para ello, se podrá consultar en Buzón Digital el listado de suscripciones disponibles. Esta suscripción permitirá al usuario poder recibir documentos del emisor al que se ha suscrito de forma electrónica en su Buzón Digital.

En la actualidad, Buzón Digital ofrece dos suscripciones orientadas a los usuarios internos de CORREOS:

- **Nómina Digital:** es una suscripción parte de Buzón Digital que permite una mejor gestión de las nóminas a sus usuarios, cambiando el formato físico por el electrónico. Nómina Digital permite almacenar todas las nóminas en un mismo lugar, acceder a ellas desde cualquier dispositivo y recibir notificaciones cuando estén disponibles. Si el cliente decide volver a pasarse a la nómina en formato físico, podrá cancelar su suscripción. Por motivos de seguridad, la aplicación de nóminas cuenta con una doble clave: la primera es de acceso a la aplicación, la segunda es para acceder a la información de la propia nómina.
- **Citaciones Formación:** es una suscripción de Buzón Digital que permite la recepción de citaciones de formación. Buzón Digital permite almacenar todas las citaciones emitidas por el área de Formación en un mismo lugar, acceder a ellas desde cualquier dispositivo y recibir notificaciones de las mismas.

## Envío a Buzón Digital

El servicio de «Envío a Buzón Digital» de documentos se encuentra asociado al servicio denominado «Buzón Digital» de Correos. «Envío a Buzón Digital» ofrece a las empresas/entidades que lo contraten un espacio de almacenamiento para documentos digitales. Se trata de un espacio *online* organizado en carpetas, que se podrán consultar, descargar o conservar de forma segura.

El servicio de «Envío a Buzón Digital» se ofrece en dos modalidades diferentes:

- La Modalidad *online* desde Buzón Digital, en donde el usuario envía los documentos desde su propio Buzón Digital al Buzón Digital de la empresa/entidad destinataria.
- La Modalidad presencial desde Oficina de Correos, en donde el usuario presenta la documentación física en la Oficina de Correos para su escaneo y posterior envío al Buzón Digital de la empresa/entidad destinataria.

Se describe a continuación el detalle de cada una de estas dos modalidades de Envío a Buzón Digital:

### A) Modalidad *online* desde Buzón Digital

Se describe a continuación el proceso de envío que el usuario llevará a cabo en la web de Buzón Digital para el envío de documentación a la empresa/entidad destinataria:

## Glosario

### Almacenamiento en

**la nube:** Es un tipo de almacenamiento externo cuyo mantenimiento es responsabilidad de terceros. Protege la información de forma segura (en una base de datos a distancia) evitando almacenar datos y archivos en el disco duro propio o en otro dispositivo de almacenamiento.



1. En primer lugar, el usuario que desea enviar una documentación a la entidad/empresa destinataria tendrá que registrarse en Buzón Digital.
2. Una vez registrado en Buzón Digital, pulsará la opción «Envío a Buzón Digital», y se le mostrará una ventana donde seleccionará la empresa/entidad destinataria a la que desea realizar el envío.
3. En esta ventana, se le solicitarán una serie de datos que el usuario tendrá que cumplimentar.
4. El usuario subirá a Buzón Digital la documentación que desee enviar, y tramitará el envío.
5. El usuario procederá al envío de la documentación, que será entregada y almacenada en el Buzón Digital de la empresa/entidad destinataria. En ese momento se le generará al usuario un justificante con los datos de este envío y un enlace a la documentación almacenada en el Buzón Digital de la empresa/entidad destinataria.
6. Para confirmar la entrega de esta documentación a la empresa/entidad destinataria, el usuario deberá subir este justificante a la página web de la empresa/entidad destinataria. A partir de ese momento comenzarán a contar los tiempos administrativos establecidos por esa empresa/entidad destinataria para dar respuesta al usuario por esta entrega de documentación.

### B) Modalidad presencial desde Oficina de Correos



Se describe a continuación el proceso del servicio de escaneo de documentos que el usuario llevará a cabo en la Oficina de CORREOS:

1. El usuario indicará al personal de la Oficina de CORREOS el nombre comercial de la empresa/entidad destinataria que habrá de recibir la documentación escaneada, el tipo de

envío, así como cualquier otro dato requerido para realizar este trámite (nombre, apellidos o cualquier otro dato que solicite el destinatario del envío).

2. El usuario entregará al personal de la Oficina de Correos la documentación en formato físico que desea escanear, siempre procurando entregar copias de la misma, evitando la entrega de documentación original. Una vez digitalizada, el personal de la Oficina de Correos devolverá al usuario la documentación en formato físico previamente entregada.
3. El usuario deberá abonar, si así fuese requerido, las tasas correspondientes al escaneo simple de los documentos llevado a cabo por el personal de Correos. Esta tasa de escaneo se abonará por la persona que acude a la Oficina, salvo en el caso de que la empresa/entidad destinataria asuma el coste de este escaneo.
4. Correos procederá al envío de la documentación escaneada al Buzón Digital contratado por la empresa/entidad destinataria. Tras realizar al envío, hay un periodo de tiempo de cinco minutos en el cual se puede cancelar el envío.
5. El usuario recibirá el justificante del envío realizado, por correo electrónico o impreso, según su preferencia trasladada al personal de la Oficina de Correos.

#### 4.4.2. Correos ID

**Correos ID** es una plataforma que **permite acceder a diferentes servicios digitales**, ya sean estos de Correos o de terceras empresas, con una sola instancia de identificación digital.



## Correos ID

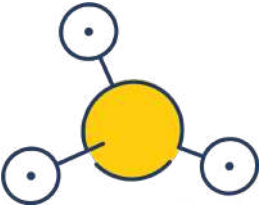
Utiliza tu identidad de Correos

Identidad de Correos

Recuérdame      [¿Has olvidado tu contraseña?](#)

[CREAR CUENTA](#)      [SIGUIENTE](#)

[Aviso Legal](#) | [Política de Privacidad](#) | [Política de Cookies](#)



Para acceder a los servicios de Correos ID **será necesario disponer de una cuenta o identidad en dicho sistema**. La identidad podrá ser creada por un usuario individual o ser asignada por un administrador, empresa empleadora u otra institución.

El tener una identidad asignada por administrador implicará que este tenga la facultad de inhabilitar dicha identidad, y que al servicio se apliquen condiciones distintas o adicionales.

Además, todo aquel que utilice Correos ID en nombre de una persona jurídica, afirmará que esta ha sido constituida conforme a la ley para operar en el mercado, que tiene poder suficiente para actuar en su nombre, y que representante y representado aceptan dichas condiciones.

Para **crear una identidad como usuario individual**, los requisitos son los siguientes:

- se debe completar de forma correcta el proceso de registro;
- ser una persona física de al menos 18 años de edad, o
- tener capacidad conforme a la normativa aplicable.

El **proceso** es el siguiente:

1. Para crear una cuenta de usuario se debe suministrar el nombre, primer apellido, *e-mail* y una contraseña. Los dos últimos atributos (*e-mail* y contraseña) permitirán acceder a la Identidad y utilizar el servicio de Correos ID.
2. Por último, el usuario deberá leer y aceptar la Política de Privacidad y Condiciones.

Introducir usuario | Enviar código | Confirmar código | Datos de usuario

**Correos ID**  
Registra tu identidad de Correos

Dirección de correo electrónico \*

Contraseña \* | Confirmación \*

Tipo de Persona  
Particular

Términos y Condiciones  
 He leído y acepto las condiciones de uso de Correos ID y su política de protección de datos

CANCELAR | SIGUIENTE

Aviso Legal | Política de Privacidad | Política de Cookies

El usuario de Correos ID podrá utilizar cualquiera de los métodos de autenticación permitidos: contraseña junto con número de teléfono móvil, *e-mail*, o DNI.



También **podrá eliminar su identidad en cualquier momento**. Para ello:

- bien iniciará sesión en Correos ID, desplegará el menú simbolizado con tres puntos verticales en la esquina superior derecha, y dentro del apartado Verificaciones de nuestro perfil pulsará la opción «SOLICITAR BAJA»,
- o bien se dirigirá a Atención al Cliente de Correos.

El borrado de Identidad implica la pérdida efectiva e irreversible de toda la información asociada a dicha Identidad, incluyendo perfiles, documentos, firmas, comentarios o configuraciones de API. Dado el valor e importancia de la información a borrar y por motivos de seguridad, Correos podrá solicitar información adicional para verificar la identidad y solicitud de dicho usuario, que es el único responsable de sus documentos o información aportados a Correos ID.

El borrado de Identidad no implica la baja de todos los Servicios de Correos en los que se haya dado de alta desde Correos ID.

Los servicios web o aplicaciones cliente que utilicen servicios, Interfaz de Programación de Aplicaciones (*Application Programming Interface*, «API») o datos proporcionados por Correos de forma gratuita, deberán, a cambio, reconocer públicamente a Correos como proveedor de los servicios o herramientas correspondientes. El incumplimiento de esta cláusula implicará la interrupción o cancelación del servicio sin previo aviso.

El **tratamiento de los datos** en la prestación del servicio de Correos ID cuenta con una importancia muy notable. Este protocolo persigue varios objetivos:

- Envío de ofertas y promociones de productos o servicios de Correos.
- Envío de ofertas y promociones de otras empresas del Grupo Correos y de terceras empresas.
- Envíos de felicitaciones de Navidad.
- Comunicación de datos a otras empresas del Grupo Correos y a terceras empresas.
- Cumplir con las obligaciones legales.
- Información estadística y encuestas de satisfacción.
- Enriquecer la información del usuario con el objetivo de introducir mejoras en nuestros productos y servicios.

Para estas finalidades **se recopilan datos de carácter personal de los usuarios de Correos ID**, que se podrán dividir en las siguientes fuentes y categorías:

- Datos proporcionados de forma directa.
- Datos recabados de forma indirecta.
- Datos derivados de la propia prestación del servicio.

Los datos personales de los usuarios **se conservarán mientras sean necesarios para la prestación del servicio de Correos ID**, salvo que el cliente solicite su eliminación.



Correos procederá al bloqueo de aquellos usuarios que se encuentren inactivos, es decir, que no hayan accedido a ninguno de los servicios digitales de Correos (o de otras empresas que utilicen Correos ID como plataforma de identificación) durante un plazo de 5 años.

Los datos se suprimirán, una vez no tengan utilidad, conforme a lo dispuesto en la normativa de protección de datos. A partir de ahí, solo estarán disponibles a solicitud de jueces y tribunales, el Ministerio Fiscal o las Administraciones Públicas competentes, durante el plazo de prescripción de las acciones que pudieran derivar, para ser posteriormente eliminados. Lo normal será que se borren a los tres años.

La normativa de protección de datos de Correos le confiere al usuario una serie de derechos en relación con el tratamiento de datos. Se pueden resumir en los siguientes:

- **Derecho de acceso:** a conocer qué tipo de datos trata Correos y las características del tratamiento que lleva a cabo.
- **Derecho de rectificación:** a solicitar la modificación de los datos por ser inexactos o no veraces.
- **Derecho de portabilidad:** a obtener una copia de los datos que estén siendo tratados.
- **Derecho a la limitación del tratamiento** en los casos recogidos en la ley.
- **Derecho de supresión:** a solicitar la eliminación de los datos cuando su tratamiento ya no resulte necesario.
- **Derecho de oposición:** a solicitar, por ejemplo, el cese en el envío de comunicaciones comerciales.
- **Derecho a revocar el consentimiento prestado.**

Los clientes podrán ejercitar sus derechos a través de la dirección postal o del correo electrónico habilitados a tal efecto.

### 4.4.3. Notificaciones digitales

La entrada en vigor de la Ley 39/2015 obligó a las empresas y profesionales a comunicarse con la Administración Pública a través de medios electrónicos. Correos cuenta con el Gestor de Notificaciones. Sus principales ventajas son:

- **Monitorización.** Automatiza la recepción de las notificaciones y evita la carga de trabajo que supone la consulta manual.
- **Único buzón.** Recepción de las notificaciones en un único buzón.
- **Descarga.** Descarga las notificaciones en el momento que el usuario desee.
- **Respuesta.** De forma inmediata y desde la propia plataforma.
- **Control.** Controla en tiempo real el estado de las notificaciones.
- **Auditoría.** Gestión de documentos y acciones realizadas sobre las notificaciones.
- **Certificados.** Asistente para la obtención de certificados de situación tributaria y presentación de escritos a la AEAT.
- **Ahorro.** Evita sanciones por notificaciones vencidas que no se han llegado a recibir o se ha olvidado atender.

En términos de **seguridad**, este sistema de gestión de notificaciones electrónicas también aporta numerosas condiciones positivas:

- La licencia estándar de uso contempla la gestión de notificaciones para los CIF que requiera el grupo empresarial del cliente, así como los usuarios necesarios.
- Pueden definirse perfiles para los diferentes usuarios, así como limitar el acceso a las notificaciones de determinados CIF y organismos.
- Se pueden configurar múltiples certificados para un CIF.
- Seguridad en la verificación de notificaciones disponibles.

Numerosos **organismos** están incluidos en este sistema:

- Todos los organismos que emiten notificaciones a través del sistema 060.
- La Agencia Tributaria.
- Tesorería General de la Seguridad Social.
- Dirección Electrónica Vial de la DGT.
- Lexnet (Ministerio de Justicia).
- Generalitat de Catalunya Gencat (OVT).
- Tablón Edictal Único (BOE).
- Administración de Justicia de Euskadi.
- Diputación Foral de Gipuzkoa.

## 4.5. Filatelia

Correos es el **organismo responsable de la emisión de sellos** en España y sus oficinas participan en el comercio de productos relacionados con la filatelia. Se podrán distinguir varios tipos:

- **Emisiones filatélicas:** sellos con salida de venta al público con carácter programado, en general de tirada limitada y con un motivo característico.
- **Productos filatélicos:** productos que, con motivo de las emisiones, la Unidad de Filatelia encarga o fabrica.
- **Sobres de primer día:** sobre con sello cancelado con la fecha del día de emisión del sello.
- **Libros filatélicos:** libros que se pueden vender vacíos o con todas las emisiones de sellos de un año concreto.
- **Retractilados:** productos que se venden en bloque, generalmente empaquetados, y relacionados con la filatelia.
- **Series:** existen series de España, de Andorra, de Guinea, etc.

Correos edita un **calendario con su programa anual de emisiones filatélicas**. El programa es provisional y está sujeto a modificaciones en fechas y valores, pero se podrá consultar a través de la web de Correos. En el programa se indica: fecha de emisión (día y mes), valor facial, formato de los sellos y tirada.

Asimismo, dentro de las emisiones filatélicas, y según el formato en que se editen los sellos, se podrán diferenciar varios tipos:

- **Plegos:** bloques, por lo general de 50 unidades.
- **Hojas bloque:** hojas individuales con un número reducido de sellos (uno, dos, tres...). Llevan impreso un texto sobre el acontecimiento o hecho reflejado en el sello.
- **Minipliegos:** pliegos más pequeños con una cantidad reducida de sellos.
- **Prueba filatélica:** se denomina así a las pruebas que realiza la Fábrica Nacional de Moneda y Timbre de las emisiones antes de comenzar con la tirada del sello. En ocasiones se sacan a la venta para abonados.

El proceso de distribución de productos filatélicos se divide entre oficinas distribuidoras y oficinas distribuidas, roles que siempre se mantienen fijos. A cada oficina distribuidora se le asocia un número determinado de oficinas a distribuir. Este método da lugar a lo que se conoce como distribución primaria y distribución secundaria.

La **distribución primaria** es la que se realiza desde el almacén de Correos hacia las oficinas distribuidoras. En estos envíos se incluyen:

- los sellos para la venta en la propia oficina distribuidora;
- los sellos para enviar a las oficinas distribuidas que dependen de ella;
- el albarán global del envío, y
- los albaranes que se deben incluir en los envíos a sus oficinas distribuidas.

La **distribución secundaria** se realizará **desde las oficinas distribuidoras hacia las oficinas distribuidas**, siempre según los albaranes que llegan incluidos en el envío. La distribución se llevará a cabo en base a cantidades fijas para cada oficina, que dependerán de las ventas comprometidas.

Las solicitudes de variación en la cantidad fijada para una oficina serán tramitadas a través del Jefe de Sector, que lo comunicará a Control de Productos.

La oficina distribuidora agrupará los paquetes según la distribución detallada en cada albarán, paquetes que se enviarán luego a cada oficina distribuida. En el sobre se deberán incluir los sellos y su albarán correspondiente.

Se extremarán las precauciones a la hora de confeccionar estos envíos. Los trabajadores de la oficina distribuidora se asegurarán de que todos llegan a destino sin sufrir ningún tipo de deterioro.

#### 4.5.1. Introducción

La **filatelia**, el arte de coleccionar sellos, incluye también el coleccionismo de otros objetos relacionados con el correo y su historia (cartas, tarjetas, álbumes, sobres de primer día, pruebas filatélicas, matasellos, etc.).

El Área de Desarrollo de Negocio de Filatelia se encarga de la distribución de sellos para uso de coleccionismo o de franqueo a través de los distintos canales de comercialización, tantos internos como externos a Correos (estancos, agentes turísticos, *online*).

La comercialización se realiza a través de diferentes canales, entre ellos destacan:

**Canal Filatélico:** desde el Área de Desarrollo de Negocio de Filatelia (canal filatélico de Correos) realiza venta directa a clientes, a los cuales también se les ofrece un servicio de suscripción o abono, mediante el cual pueden recibir periódicamente aquellos productos a los que se suscriban.

**Oficinas:** las oficinas de Correos tienen a la venta sellos para coleccionismo y otros productos filatélicos. En la sección de «Filatelia» de la web de Correos, se puede encontrar una relación de las oficinas referidas.

El **Servicio Filatélico de Correos** fue creado el 6 de agosto de 1946. Luis Rodríguez Miguel, director general de Correos, dictó una orden ministerial por la que se creaba el Servicio Filatélico de Correos.

Una semana después, el «Diario Oficial de Correos y Telecomunicación» publicó dicha orden en la que se decía que: «Encuadrado en la Sección de Biblioteca y Museo se crea un Negociado denominado Servicio Filatélico de Correos, que entenderá en todas las cuestiones referentes a la Filatelia en su relación con los servicios postales».

También se detallaban cuáles eran las funciones del nuevo negocio: el cumplimiento por parte de Correos de todo lo relacionado con la Filatelia, dispuesto por los diferentes Ministerios; custodiar y organizar las colecciones filatélicas existentes dentro del Museo Postal; e incluso debía ocuparse de la creación de matasellos especiales conmemorativos e informar de todo lo relacionado con dicha especialidad.

Desde sus inicios, el Servicio Filatélico demostró su buen funcionamiento. Correos participó en diferentes exposiciones filatélicas, obteniendo importantes galardones.

En 1947, las competencias del servicio se vieron ampliadas con la creación de la Agencia de Venta de Sellos para las Colecciones, que realizó su primer envío a los abonados a finales de ese mismo año.

Se pusieron a la venta, en ventanillas especiales del Palacio de Comunicaciones de Madrid, sellos de España y, también, de las oficinas españolas en Andorra y Tánger. Más tarde se ampliaría con la venta de sellos de las emisiones de Ifni, Guinea y el Sahara.

El crecimiento del Servicio Filatélico fue imparable y, en 1985, pasó a ser una Jefatura de Servicio adscrita a la Subdirección General de Comercialización.





El servicio de abonados ofrece una gran variedad de opciones y productos —sellos, hojas bloque, sobres de primer día, postales o pruebas de lujo, entre otros—, y ventajas, que van desde la tranquilidad de saber que, pese que a que haya emisiones de corta tirada, el abonado siempre las recibirá en su domicilio, sin estar pendiente de fechas o eventos.

Los productos filatélicos pueden agruparse en diferentes categorías, desde emisiones de sellos, libros, grabados, carpetas, etc.

## Glosario

**Huecograbado:** El sistema de impresión por huecograbado es un sistema de impresión rotativo en el que los cilindros recogen y transmiten la tinta y, mediante presión, imprime directamente al soporte plástico, pasando secuencialmente de un cilindro a otro en cadena.

Los **sellos** son signos de franqueo que sirven para divulgar los acontecimientos culturales, sociales, históricos y, en general, la promoción e imagen de un país. Existen algunas emisiones conjuntas con otros países.

Las emisiones se realizan en España (entre cuatro y ocho cada mes) y Andorra (una al mes) con diferentes importes. Presentan diferentes formatos.

1. **Sello.**
2. **Hoja bloque:** superficie de papel ilustrada en la que aparecen uno o más sellos, es la alternativa para mostrar personajes vivos en el entorno del sello.
3. **Pliego Premium:** presentan entre 12 y 20 sellos con un diseño e impresión que abarca la totalidad del pliego, todos alusivos a la misma temática. Incluyen citas literarias o textos descriptivos.
4. **Mini pliego:** contiene varios sellos conmemorativos de España o Andorra, en una pequeña hoja en cuyos márgenes se integran motivos de la emisión.

Los sellos pueden imprimirse en distintos sistemas (*offset*, huecograbado o calcográfico). En los últimos años se están incorporando muchas novedades, como relieves, troqueles, sabores u olores, también efectos innovadores como 3D o la realidad aumentada.

## Glosario

**Impresión offset:** El sistema de impresión *offset* es un sistema de impresión indirecto, ya que no se imprime directamente sobre el soporte utilizado. La imagen pasa a un cilindro de caucho y, desde ahí, al soporte final, que puede ser papel o plástico.

### 4.5.2. Libros de sellos

Correos presenta **libros de emisión anual**, *Valores en el tiempo*, con la recopilación de los sellos más importantes de cada año. Es el producto estrella de la Filatelia. Se publica cada año con todos los sellos de España y Andorra, ilustraciones, información, datos técnicos y todos los matasellos del año de primer día de circulación. Se comercializan con o sin sellos.

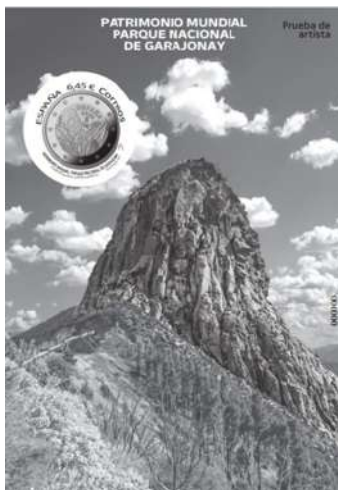
También publica **libros temáticos**. Son publicaciones cuyo contenido trata un tema concreto relacionado con la cultura, el arte, el deporte, la arquitectura, etc. Incluyen determinados sellos referentes al tema tratado. Como ejemplo:

- *Sellos de película*, 2017.
- *Los 300 mejores sellos de la Historia*, 2016.
- *Harry Potter*, 2018.





### 4.5.3. Pruebas de artista



Son piezas únicas por su tirada limitada, su excepcional tratamiento y valor estético. Son impresiones calcográficas realizadas antes del proceso de impresión de algunos sellos. Se lleva a cabo una tirada reducida, que es muy valorada por los coleccionistas filatélicos como una variedad del sello.

### 4.5.4. Carpetas temáticas

La **carpeta con sellos** recoge un conjunto de sellos en relación con un asunto concreto, con la función de divulgar los valores del sello. Incluye textos, ilustraciones y diseños alusivos.



## Glosario

### Impresión

**calcográfica:** Es una técnica de impresión en la que las imágenes son resultado de la estampación, mediante una prensa, de una plancha o lámina metálica en la que se han realizado incisiones para contener la tinta que se fijará al papel. Una vez obtenida dicha matriz, puede repetirse la operación un número más o menos determinado de veces antes de que se gaste la plancha.



### 4.5.5. Numismática

La numismática es la ciencia que se ocupa del conocimiento relacionado con las monedas. Correos ofrece distintas opciones, todas con la garantía de la FNMT (Fábrica de la Moneda y Timbre).

- **Estuche, dípticos, trípticos:** son de gran calidad. Se realizan sobre un tema de especial relevancia social y artística. Incluyen elementos filatélicos (sello y prueba de artista) y monedas de curso legal sin circular.
- **Estuche monedas de colección:** producto exclusivo, en venta únicamente a través del canal Filatélico de Correos. Contiene una selección de monedas que representan algunos de los hechos históricos más trascendentales del año.
- **Euroset:** incluye todas las monedas españolas de curso legal, no circuladas, correspondientes a un determinado año.

### 4.5.6. Tu sello personalizado

Se trata de un servicio *online* de personalización de sellos. El producto final tiene como nombre comercial «**TU SELLO** personalizado». Permite transformar imágenes en sellos reales de Correos o convertir videos MP4 en un código QR. A partir de la imagen facilitada por el cliente o elegida de la galería de imágenes de Correos o del vídeo que transformaremos en un código QR, se puede diseñar un sello personalizado.

Los sellos tienen validez tanto en el ámbito nacional como internacional (teniendo en cuenta la tarifa del país a donde va dirigido).

Este servicio tiene múltiples ventajas, gracias a sus elementos diferenciadores que podrán ofrecer posicionamiento, exclusividad, notoriedad, calidad y modernidad. Por todo ello, es muy indicado para:

Hacer exclusivos los envíos de marketing directo.

- Promocionar negocios, productos, logos, eventos, o comunicaciones personales, celebraciones (bautizos, comuniones, bodas, etc.).
- Posibilitar la realización de colecciones (escudos, paisajes, mascotas, monumentos, etc.).





En cuanto a sus dimensiones, estos sellos en papel autoadhesivo fosforescente producidos por la Fábrica Nacional de la Moneda y Timbre se presentan en pliegos que, dependiendo del modelo, contiene un determinado número de sellos:

- Sello clásico: 28,8 x 40,9 mm, 25 sellos.
- Sello panorámico: 25 x 60 mm, 15 sellos.
- Sello con viñeta: 28 x 45 mm, 20 sellos.

Estos sellos poseen unas determinadas características técnicas:

- Espacio libre para la imagen personalizada: las palabras «España», «Correos» y «**TU SELLO** personalizado», y el valor del franqueo correspondiente ocuparán un espacio no superior a 10 x 28,8 mm, quedando libre el resto de la superficie: 2,75 x 2,20 mm.
- La definición mínima de las imágenes a insertar será de 300 dpi. El tamaño máximo de las imágenes es de 500 KB. Las imágenes deberán estar en formato JPEG.
- Los videos tendrán formato MP4, como máximo un tamaño de 3 MB, que es equivalente a aproximadamente un minuto de duración en una resolución aceptable.

El mínimo de pliegos por pedido será de 1, y el máximo será el correspondiente a un importe de 3.000 euros. Para pedidos superiores (IVA incluido), es preciso o bien realizar un nuevo pedido (en este nuevo pedido se utilizará la misma imagen), o bien dirigirse a un gestor comercial.

El franqueo que se insertará en los sellos será el correspondiente a una carta o tarjeta postal normalizada en los siguientes ámbitos:

- 1. Tarifa A:** carta o tarjeta postal «normalizada» de hasta 20 g dirigida a España.
- 2. Tarifa A2:** carta o tarjeta postal «no normalizada» de hasta 20 g, y carta o tarjeta postal de 20 a 50 g dirigida a España.
- 3. Tarifa B:** carta o tarjeta postal «normalizada» de hasta 20 g dirigida a Europa (excluyendo Albania, Armenia, Bosnia, Chipre, Georgia, Malta, Moldavia y Rusia) y Groenlandia.
- 4. Tarifa C:** carta o tarjeta postal «normalizada» de hasta 20 g dirigida al resto de países del mundo, incluyendo Albania, Armenia, Bosnia, Chipre, Georgia, Malta y Moldavia, y excluyendo a EE. UU., Canadá, Japón, Australia, Nueva Zelanda y Rusia.
- 5. Tarifa D:** para carta o tarjeta postal internacional ordinaria «normalizada» dirigida a EE. UU., Canadá, Japón, Australia, Nueva Zelanda y Rusia, de hasta 20 g.

El precio del servicio consta de dos componentes:

1. Valor facial del sello más coste de producción y manipulación.
2. Descuentos por volumen de compra, a partir de un 10% por la compra de dos pliegos.

Se puede abonar con tarjeta de crédito o débito, PayPal o cualquier otro medio disponible en Correos *Online* que pueda determinar a discreción Correos.

## Glosario

### Fábrica de Moneda y Timbre (FNMT):

La Fábrica Nacional de Moneda y Timbre Real Casa de la Moneda es una entidad pública empresarial (EPE) y medio propio (MP) de la Administración General del Estado, de conformidad con sus Estatutos y la Ley 40/2015, de 1 de octubre, de Régimen Jurídico del Sector Público. Todas sus actividades se fundamentan en la seguridad integral, seguridad aplicada en los propios procesos de producción, en los productos, en el tratamiento de la información y en sus instalaciones. La actividad productiva se lleva a cabo en dos centros industriales ubicados en Madrid y Burgos.

El proceso operativo de «**TU SELLO** personalizado» implica diferentes etapas:

- 1. Admisión.** El cliente se registrará como usuario de Correos *Online*. Se realiza el proceso de envío de imagen o video, selección de tarifa, número de pliegos, formato, propiedad legal y dirección de envío. Introducirá los datos necesarios para el pago. Se comunica a través de *e-mail* la confirmación de la operación de admisión.
- 2. Validación.** Correos se reserva el derecho a admitir las imágenes proporcionadas por los clientes que, en todo caso, respetarán las normas que protegen los derechos sobre estas, así como las que protegen los derechos fundamentales de las personas según se recoge en el protocolo de Validación de Pedidos. Si la imagen es aceptada, se da orden de impresión, recibiendo el cliente comunicación vía *e-mail* de la aceptación del pedido. Si la imagen es rechazada por la no adecuación al protocolo, se comunica al cliente por *e-mail* y se procede a la inmediata devolución del importe cobrado.
- 3. Distribución y entrega.** Se estima que el plazo medio de entrega de los pedidos no exceda de los 5 a 7 días. El envío de los pliegos se realiza con carácter urgente por Paquete Premium.
- 4. Plazo de ejecución.** El plazo de ejecución y entrega será de un máximo de 30 días.

#### 4.5.7. Otros productos filatélicos: sobres de primer día de circulación, tarjetas postales, matasellos, A.T.M. y grabados

Los **sobres de primer día de circulación** son sobres con sello o sellos cancelados con un matasellos especial del primer día de circulación oficial de una emisión. El anverso se ilustra con un motivo relativo al tema de la emisión. En el sobre se adhiere el sello que constituye la emisión y se estampa el matasellos de primer día de circulación.

Se están incorporando novedades en los materiales empleados para el sobre, como madera, tela, celuloide y efectos troquelados.

Por ejemplo:

- «Cine Español. Festival de San Sebastián», sobre celuloide, 2015.
- «Emisión Conjunta España-Croacia. Encaje bolillos», sobre troquel, 2015.
- «Patrimonio Nacional Tapices», sobre tela, 2014.
- «Las Edades del Hombre. *Eucharistia*», sobre madera, 2014.

Las **tarjetas postales prefranqueadas** son **tarjetas postales** convencionales, con imágenes alusivas a diversos temas, que llevan el sello impreso, no adherido. Por eso pueden depositarse en cualquier buzón de Correos porque llevan el franqueo incorporado, tanto para destinos nacionales como internacionales.

El Área de Desarrollo de Negocio de Filatelia ofrece la posibilidad de matasellar los sellos de colección de sus clientes.

El origen del matasello fue en respuesta a la no utilización de la tasa de franqueo. A lo largo de los años ha adquirido valor, debido a su gran influencia en el coleccionismo filatélico, al perpetuar nuestros grandes acontecimientos, valores y logros.

Existen dos clases de matasellos:

- **Postales.** Su temática, generada y emitida por Correos, responde a un concepto global o particular. Llevan el logo y el símbolo de Correos. Se clasifican en:
  - Primer día de circulación.
  - Presentación.
  - Operativos (de oficinas principales y turísticos).
  - Especiales.

**Conmemorativos.** Son aquellos que responden a un evento, efeméride o acontecimiento solicitado a Correos por un externo, tanto de forma particular o corporativa, desde cualquier institución u organismo. Representa en su impronta, mediante imagen y texto, una referencia conmemorativa avalada con el logo y símbolo de Correos y una numeración correlativa anual. Este matasello es aprobado y autorizado por Correos y sirve para la **obliteración manual** en oficinas de Correos temporales o permanentes.

Por otro lado, las etiquetas son un reciente elemento de coleccionismo filatélico. Es el que más novedades aporta y mayor proyección de futuro. Se las conoce con el nombre de **ATM**. En España, los ATM provienen de un **dispensador de etiquetas de papel térmico**, autoadhesivo y que permite marcar el franqueo con las **tarifas** A, A2, B, C y D. Son muchos los países que ofrecen ATM, en sus distintas variantes, como elemento de coleccionismo. Dentro de nuestro entorno, cabría destacar a Francia, Reino Unido y Noruega entre otros muchos países.

Los **grabados** de calidad excepcional y alto valor artístico son reproducciones de sellos emitidos con anterioridad, referidos a un tema determinado y realizados mediante distintas técnicas de grabado. Las ediciones están limitadas a 500 unidades.

## Glosario

### **Obliteración manual:**

Marca manual o con un instrumento sobre un sello postal, para evitar su uso posterior.







# Tema 5

---

Nuevas líneas de negocio: Correos Logística.  
Correos Frío. Otros negocios

# Contenido

## 5.1. Introducción

## 5.2. Nuevas líneas de negocio

5.2.1. Correos Logística

5.2.2. Correos Frío

5.2.3. Otros negocios

## 5.1. Introducción

Correos quiere aprovechar sus capacidades para penetrar en nuevos mercados que permitan reducir la dependencia del negocio postal y adaptarse a la demanda actual del mercado.

Correos es una empresa de transportes. Como tal, la logística (entendida como la actividad que abarca las funciones principales de admisión, transporte, tratamiento y distribución de envíos) es la pieza fundamental, sin la cual la actividad de la empresa no tiene sentido. Aprovechando esta fortaleza de la compañía, que además cuenta con activos que hacen que su capilaridad abarque todo el territorio nacional, la ambición de Correos es doble:

1. Explorar nuevos modelos de negocio que permitan explotar su dimensionamiento y fortalezas.
2. Capacitar a Correos con los recursos necesarios para realizar las nuevas actividades que demanda el mercado.

Estos nuevos modelos de negocio que se detallarán a continuación suponen que Correos desarrolle actividades actualmente no incluidas en su cadena de valor como son el almacenamiento, embalaje, agrupación de pedidos y demás funciones de lo que hoy se llama **logística integral**.

Tradicionalmente la logística de Correos se ha dedicado a la gestión de los envíos (no de los productos), a su transporte y tratamiento para que tanto remitente como destinatario estén informados del estado de los mismos. Sus grandes centros tratan flujos de mercancía (entendida esta como envíos ya preparados para entregar a destino) sin que esta sea manipulada ni almacenada: unen origen con destino llegando a la denominada **última milla**.

En la siguiente figura, en amarillo se ve dónde se situarán estas nuevas actividades que incluyen «la manipulación del producto».



Para que Correos desarrolle estas nuevas actividades, hay que dotar a la empresa de los recursos necesarios. Este es el caso de toda la línea de frío que se detallará a continuación, en el que tanto los vehículos como los embalajes, los sistemas de información y el producto requieren de unas características muy específicas de este sector que se caracteriza, además, por unos plazos de entrega muy exigentes.

### Glosario

#### Logística integral:

Coordinación de todos los procesos necesarios para el flujo de materiales de una compañía, de tal forma que se haga llegar el producto desde el proveedor hasta el cliente final.

### Glosario

#### Última milla:

El último trayecto que ha de realizarse en la entrega final.



Los activos de Correos son una de sus fortalezas. Dentro de los activos destacan sus bienes inmuebles los cuales han estado ligados a la actividad principal de Correos, que durante décadas ha sido el negocio postal y han sido dimensionados en consecuencia.

Correos tiene el reto de rentabilizar y adaptar estos inmuebles (incluyendo la gestión del espacio y del mobiliario) a las necesidades de las nuevas actividades y negocios que harán que la dependencia del postal disminuya.

## 5.2. Nuevas líneas de negocio

### 5.2.1. Correos Logística

**Correos Logística** se encarga de la gestión de la cadena de suministro para las empresas que contraten el servicio. Permite integrar los procesos logísticos y de distribución. Se ofrecen soluciones eficientes y flexibles que agilizan las operativas, aumentan los niveles de servicio y reducen los costes de los clientes de Correos Logística.

Soluciones de Correos Logística:

- **Logística B2B.** Efectividad, compromiso y experiencia para optimizar la cadena de suministro y maximizar la rentabilidad del negocio de los clientes. Se puede ocupar de todo el proceso de suministro con clientes.

Características:

- Gran capacidad de almacenaje de nuestros centros logísticos.
- Preparación de pedidos más eficientes adaptándonos según la necesidad de manipulación.
- Gestión de stocks mediante *software* especializado.
- Seguimiento e información a tiempo real.
- Soluciones de transporte nacional e internacional y de logística inversa.

- **Logística e-commerce.** Correos dispone de una amplia experiencia en la gestión integral de negocios e-commerce, cuenta con todos los medios para que crecer no sea un problema.

Características:

- Capacidad para adaptarnos a la regularidad de los pedidos del cliente.
- Soluciones de control de stock e inventario para optimizar gestiones de compra.
- Preparación de pedidos con procesos manipulativos adaptados a necesidades.
- **Tracking** integral de todo el proceso para poder informar a los clientes del estado de sus compras.
- Soluciones de transporte y de logística inversa adecuadas a cada estrategia.

- **Logística promocional.** Soluciones logísticas pensadas para ayudar al cliente con las acciones de marketing, hacerlas más eficientes para promover el crecimiento de la em-

### Glosario

#### **Correos Logística:**

Departamento que se encarga de la gestión de la cadena de suministro de las empresas que contraten el servicio; permite integrar los procesos logísticos y de distribución.

### Glosario

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

### Glosario

#### **Tracking:**

Literalmente, seguimiento o rastreo. En logística, denota la posibilidad de saber en todo momento en qué fase o ubicación se encuentra un envío o pedido.

presa. Con Correos Logística se pueden desarrollar acciones de marketing puntuales que precisen operativas especiales o manipulación de muestras.

Características:

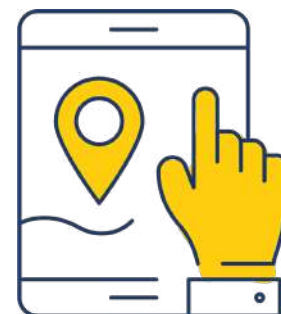
- Almacenamiento y catalogación del material promocional.
  - Preparación y manipulado personalizado de los pedidos.
  - Integración sencilla para la gestión y control de stock con el *software* de gestión de almacén.
  - Soluciones de transporte adecuado a cada campaña.
  - Logística inversa aplicada a la reutilización de los materiales promocionales.
- **Logística inversa.** El incremento de las compras *online* precisa de una gestión adecuada de las devoluciones, lo cual es un reto logístico para la gestión de costes e incluso en materia medioambiental. Correos Logística ofrece procesos ágiles y sencillos para volver a poner en circulación lo antes posible las mercancías.

Características:

- Soluciones de transporte de recogida ágiles y fiables.
- Recepción y catalogación de los productos según criterios del cliente.
- Integración con el sistema de gestión del cliente para facilitar el control de la devolución.
- Almacenamiento de producto y preparación del nuevo pedido si fuera preciso.
- Recuperación, reciclaje y gestión de materiales en el caso de que los productos deban ser destruidos.

## Gestión de almacenes

Correos Logística ofrece una serie de servicios adicionales, entre los que se encuentra el de gestión de almacenaje, que responden a las necesidades de un sistema de logística integral.



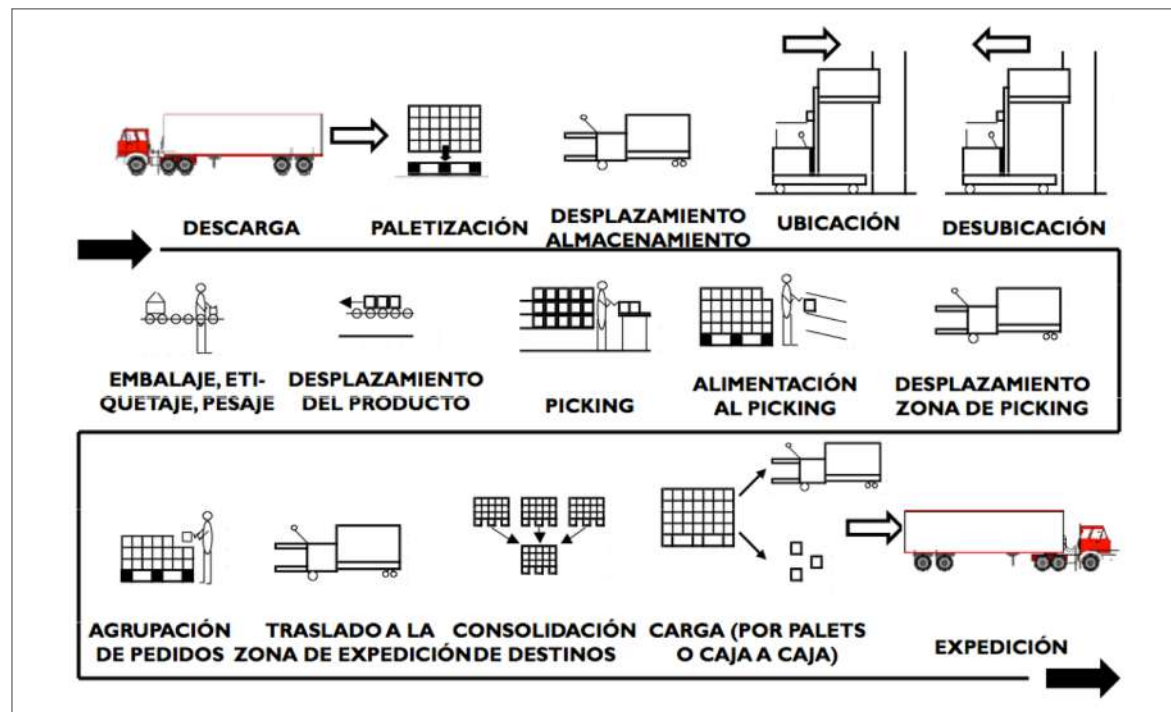
Además del detalle del servicio que se verá a continuación, Correos ofrece una serie de **servicios adicionales** que se definen como sigue:

- **Recepción de mercancía.** Recepción de los productos de nuestros clientes, confirmación de su buen estado y realización de un registro minucioso en cuanto a cantidad y calidad.
- **Almacenaje.** Custodia de los productos, organizándolos de modo que tengan un fácil acceso, manejo de la mercancía y control del stock.
- **Inventarios.** El **software de gestión de almacén** de Correos Logística permite tener un control de unidades y referencias para informar sobre el stock que está disponible en el almacén.
- **Preparación de pedidos.** Cuando nuestro cliente recibe un pedido, Correos Logística se encarga de prepararlo según las instrucciones facilitadas para expedirlo con la mayor agilidad.
- **Transporte.** Se envía el pedido al destino acordado; para ello Correos Logística ofrece todas las soluciones de transporte: paquetería tradicional, paquetería urgente, gran bulto, transporte dedicado y logística inversa.
- **Trazabilidad.** Correos Logística ofrece la trazabilidad de toda la operativa, lo que permitirá disponer de la gestión de los pedidos y el control del stock en tiempo real.

Estos servicios adicionales dan sentido a un proceso logístico de almacenaje eficiente y de calidad.

## Glosario

**Picking:** Es un término de aplicación general en inglés por su amplia difusión internacional en el ambiente de la logística y el transporte. El término *picking* es utilizado en la logística para designar a la estratégica tarea de preparación de pedidos. Consiste en recoger unidades de uno o varios productos almacenados en distintas ubicaciones, que están destinados a formar parte de un mismo pedido.



### El concepto de almacén

El concepto de almacén adopta diferentes definiciones según la perspectiva de quien define el término. Correos Logística adapta las diferentes versiones a su propio concepto de

servicio integral de calidad. Para Correos, **almacén** es el espacio planificado para la eficaz y eficiente manipulación y almacenaje de bienes y productos.

Según esta definición, se puede establecer una **tipología de almacenes** atendiendo al bien almacenado y a la función logística.

- **Según el bien almacenado:**

- De materias primas.
- De productos semielaborados.
- De productos terminados.
- De piezas de recambio.
- De materiales auxiliares.
- De documentación.

- **Según la función logística:**

- De planta: Almacén de fábrica o elaboración de productos.
- De distribución: Almacén de distribución.
- De tránsito o plataforma: Almacén de tránsito punto intermedio.
- De depósito fiscal: Almacén Aduana, en el cual se regula la salida de material vendido y se abona impuesto por las cantidades enviadas o vendidas.

Los objetivos que deben satisfacer, en general, los almacenes son:

- **Resolver los desequilibrios entre oferta y demanda.** La demanda, generalmente incierta, de un bien no coincide, en tiempo y cantidad, con su oferta, ya sea por la incertidumbre, restricciones productivas, plazos de transporte, etc.
- **Optimizar costes.** En algunos casos se obtienen mejores costes desacoplando demanda y oferta.
- **Servir de complemento al proceso productivo.** En algunos procesos se requiere un almacenamiento obligatorio previo al consumo (cuarentenas en farmacia, curado o maduración en productos alimenticios, etc.).
- **Mejorar el servicio al cliente.** Mayor proximidad al cliente permite mayor rapidez de respuesta que, en algunos casos, es crítica (productos frescos y perecederos).

¿Por qué define Correos Logística estos objetivos? La intención es dar respuesta a cuatro **factores estratégicos**:

1. Obtener los niveles de servicio «concertados» con los clientes (Service Level Agreement).
2. Optimizar el flujo físico dentro del almacén.
3. Adecuación de la rotación de stocks.
4. Minimizar los costes totales de las operaciones destinadas a la recepción, el almacenaje y la preparación de pedidos.

Esta respuesta debe darse, además, respetando **seis principios básicos del almacenaje**:

- Aprovechamiento del espacio.
- Minimizar recorridos y frecuencia de los elementos de transporte.

## Glosario

**Almacén:** Espacio planificado para la eficaz y eficiente manipulación y almacenaje de bienes y productos.



## Glosario

### Outsourcing:

Subcontratación, externalización o tercerización. Movilizar recursos hacia una empresa externa a través de un contrato.

- Fácil acceso al stock.
- Flexibilidad de almacenaje (ubicaciones).
- Adecuar a la rotación de stocks.
- Facilidad de control de stocks.

En ocasiones, las empresas pueden reducir costes externalizando (**outsourcing**) la función de almacenaje, es decir, dejando que las tareas correspondientes pasen a ser desarrolladas por terceros. ¿Qué factores influyen en la toma de decisión de externalizar el almacenaje?:

FACTORES DE DECISIÓN		Nivel de Contribución ( <i>Core-Business</i> )	
		Alto	Bajo
Nivel de Competencia ( <i>Know-how</i> )	Alto	No realizar <i>Outsourcing</i>	Realizar <i>Outsourcing</i> (si el <i>partner</i> nos da mayor valor añadido)
	Bajo	Realizar <i>Outsourcing</i> (si el <i>partner</i> nos da mayor valor añadido)	Realizar <i>Outsourcing</i>

## Glosario

### Partner:

Empresa externa subcontratada.

¿Debe realizarse de forma total o parcial?

ÁMBITO DE ACTUACIÓN		Cobertura sector	
		Generalista	Especialista
Gestión Cadena	Integral	Todos los sectores, en todas las funciones	Algún sector en todas las funciones
	Parcial	Todos los sectores, en algunas funciones	Algún sector en algunas funciones

## Glosario

### Stocks:

Conjunto de mercancías o productos que se tienen almacenados en espera de su venta o comercialización.

Para terminar este apartado, se exponen brevemente las **ventajas, riesgos e inconvenientes de la externalización** de la función de almacén.

- **Ventajas** competitivas de la externalización:
  - Mejora de costes por especialización.
  - Mejora de costes por el aumento de la productividad.
  - Mejora de costes por reparto de inversiones (distribución multicliente, no dedicada).
  - Mejora de control y causas.
  - Simplificación de la gestión.
  - Variabilización de los costes.
  - Ventajas logísticas:
    - No se requiere capital para invertir en la función.
    - Concentración en la actividad básica.
    - Mayor flexibilidad operativa.
    - Gestión profesionalizada del proveedor.
    - Incremento en el nivel de calidad y servicio.

- **Riesgos** e inconvenientes de la externalización:
  - Falta de mentalización (resistencia al cambio).
  - Procesos de externalización inadecuados.
  - Mala elección de la empresa de *outsourcing*.
  - Pérdida de control en la gestión.
  - Posibilidad de compartir el proveedor con competidores del negocio.
  - Transferencia de recursos humanos.

## Equipamiento de almacenes

### A) Unidad de carga

Se llama **unidad de carga** o de manipulación al conjunto de unidades que se agrupan con el fin de facilitar su manejo, transporte o almacenamiento. El número de unidades que constituyen la unidad de carga depende de la naturaleza y tamaño de las mismas, así como de los aspectos económicos de la distribución y su manejo.

Destacamos **tres conceptos** relacionados con la unidad de carga:

- **Unidad de consumo.** Es la unidad más pequeña de producto que el consumidor puede adquirir al detalle.
- **Unidad de entrega.** Cualquier agrupación de unidades de consumo que responda a las condiciones óptimas de explotación (producción, distribución y comercialización).
- **Unidad de venta** (al por mayor). Mínima cantidad de un producto que se vende.

Es importante elegir la unidad de carga de manera correcta puesto que es clave para facilitar las operaciones de manutención, almacenamiento y distribución. Algunos de los aspectos a tener en cuenta para esta elección son: peso, volumen, forma, resistencia, estabilidad, resistencia, facilidad de manejo, unidades de producto, unidades de carga estándar...

Los **tipos de unidades** de carga más frecuentes son:

- Cajas.
- Bandejas.
- Bidones.
- Bacs.
- Sacos.
- Rollos y bobinas.
- Paquetes.
- Contenedores.
- Paletas.
- *Rolls*.

Las **principales cualidades** de una unidad de carga a tener en cuenta son:

- **Resistencia.** Permite apilar las unidades de carga y mejorar la eficiencia de los procesos de almacén y transporte.

## Glosario

### Unidad de carga:

Conjunto de unidades que se agrupan con el fin de facilitar su manejo, transporte o almacenamiento.

## Glosario

### Bacs:

Cajas especialmente diseñadas para organizar y conseguir un buen aprovechamiento del espacio en almacenes.





## Glosario

### **Retractilado:**

Proceso de embalaje mediante el cual una máquina conocida como retractiladora envuelve o empaqueta la mercancía con un papel film termoplástico, evitando así que la mercancía se deteriore, dañe o ensucie durante su transporte y manipulación.

- **Estabilidad.** Su importancia no solo se debe al sostenimiento, sino a la seguridad de personas, medios mecánicos e instalaciones. La estabilidad se puede aumentar con un buen sistema de apilado, una correcta configuración de la unidad de carga, uso de cintas adhesivas, flejes, **retractilado** o enfardado. Sin embargo, el uso de estos elementos complica y encarece el proceso logístico, por lo que se debe evaluar cuidadosamente el método a utilizar. También hay que tener en cuenta que el uso de enfardado o retractilado ayuda a proteger el género de hurtos, desperfectos, humedad, etc.

Por último, se considera que una unidad de carga es eficiente cuando su configuración optimiza el transporte, almacenaje y manipulación que se produce en la cadena de suministro. La **eficiencia de la unidad de carga** representa una serie de oportunidades y beneficios esperados:

- **Oportunidades:**

- Mejora de la productividad en la manipulación.
- Operatividad en almacenes automatizados.
- Aumento de la ocupación de los almacenes.
- Estabilidad del apilamiento.

- **Beneficios esperados:**

- Reducción de costes de manipulación.
- Reducción de costes de almacenaje.
- Optimización de los elementos de manipulación y transporte interno.

- Mientras que la **ineficiencia de la unidad de carga** supone una serie de **inconvenientes:**

- Desaprovechamiento de los espacios.
- Riesgos de accidentes.
- Mayor esfuerzo en la manipulación.
- Baja productividad en la preparación de pedidos.
- Roturas de productos.
- Imposibilidad de automatizar procesos.

### **B) Sistemas de almacenaje: bloque**

En el almacenaje en bloque, las cargas se disponen directamente sobre el suelo, apiladas en filas y, ocasionalmente, con pasillos para el acceso a los diferentes bloques. Cada fila, de existir, deberá contener únicamente paletas de la misma **SKU** (*Stock Keeping Unit*) para facilitar las operaciones y el control de los stocks.

El producto se puede apilar sin necesidad de paletizado siempre que la unidad de carga lo permita.

#### **Ventajas** del sistema de almacenaje por bloques:

- Si se dispone del espacio suficiente, es el método más barato y flexible de almacenar.

## Glosario

### **SKU (Stock Keeping**

**Unit):** Número o código asignado a un elemento para poder identificarlo en el inventario.



- Nula inversión en instalaciones de almacén.
- Uso muy eficiente de la superficie disponible para pocas SKU y grandes volúmenes de almacenaje.
- Control visual del stock siempre que los bloques sean monorreferencia y con idéntico estándar de paletizado.

**Inconvenientes** del sistema de almacenaje por bloques:

- Uso inadecuado del volumen por limitación en el apilado (aplastamiento y estabilidad).
- Dificultad en el acceso directo excepto a la carga más cercana y alta.
- No es factible para un número alto de SKU.
- Escasa selectividad.
- El flujo **FIFO** (*First In, First Out*) de estos productos no es posible.

Este sistema es el más recomendado para:

- Cargas preparadas para el apilamiento.
- Cargas sin exigencias de rotación, caducidad y gestión FIFO. De hecho, el almacenamiento por bloques es una gestión **LIFO** (*Last In, First Out*).
- Pocas SKU y de alta rotación con gran volumen de almacenaje.

Para finalizar, tres indicaciones **a tener en cuenta** en este tipo de almacenaje:

- El pasillo entre cargas debe permitir el paso de los medios de manutención utilizados.
- Al realizar el cálculo de los espacios necesarios se debe considerar alrededor de un 10% de margen entre cargas.
- Cada fila de paletas debe contener una única SKU y debe vaciarse por completo antes de ubicar un nuevo producto.

### C) Sistemas de almacenaje: estanterías convencionales

Consiste en el uso de estanterías metálicas para el almacenaje de mercancía paletizada. El diseño de las estanterías es muy flexible y se adapta con facilidad a la naturaleza, peso, volumen y dimensiones del producto a almacenar. Hay multitud de estanterías para todo tipo de cargas. Es el sistema más empleado pues permite el acceso directo y unitario a cada paleta almacenada; además, puede adaptarse a cualquier tipo de carga en lo que se refiere a peso y volumen.

**Ventajas** de las estanterías convencionales:

- Permiten un diseño muy flexible y se adaptan con facilidad casi a cualquier proceso.
- Permiten una distribución modular y efectiva del espacio de almacenaje.
- Se puede acceder rápidamente y sin dificultad a las distintas paletas con un sistema adecuado de identificación de las ubicaciones. No es necesario mover otra referencia excepto la deseada.
- Su implantación es sencilla y se adapta sin inconvenientes a los programas informáticos de gestión de almacén.

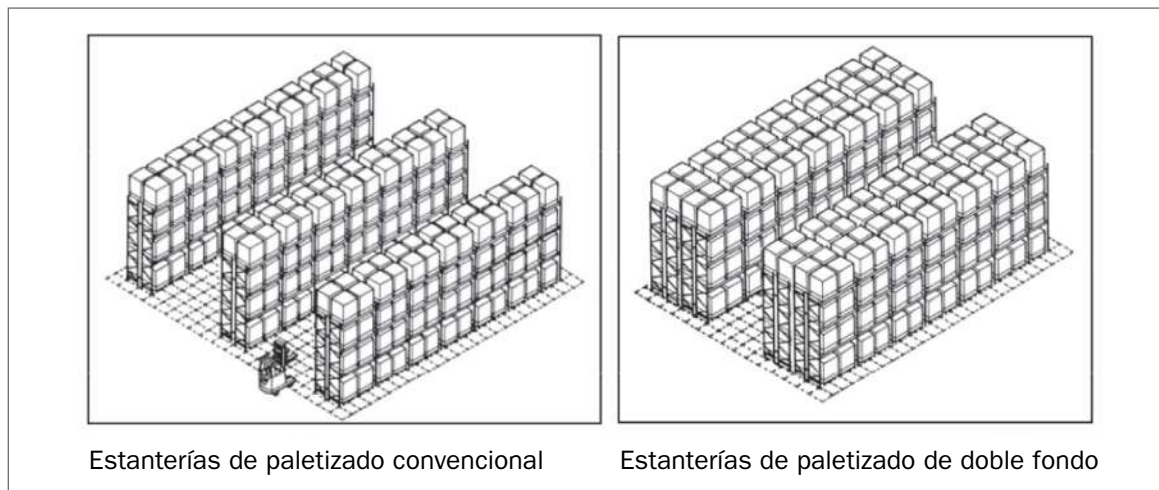
### Glosario

**FIFO** (*First In, First Out*): Flujo consistente en que el lote de stock que entra primero en el almacén es el primero en salir.

### Glosario

**LIFO** (*Last In, First Out*): Flujo consistente en que el lote de stock que entra el último en el almacén es el primero en salir.

- Permite un control exhaustivo de las existencias siempre y cuando la mercancía esté clasificada y organizada.
- El uso de carretillas retráctiles permite ahorrar aproximadamente un metro de pasillo y elevar la altura de trabajo hasta los ocho metros.



**Inconvenientes** de las estanterías convencionales:

- Normalmente, la mercancía se almacena en paletas del mismo tipo en cada zona de almacén ya que las estanterías están diseñadas para un determinado tipo de paleta.
- El tamaño del hueco de la estantería limita las dimensiones de la altura de paletización.
- Permite realizar FIFO por paleta, pero, normalmente, no por unidad de venta.
- La anchura del pasillo entre estanterías (aprovechamiento de espacio) queda limitada por el tipo de elemento de transporte utilizado.
- Altura máxima de trabajo con carretillas convencionales en torno a los cuatro metros. Con mástiles especiales se puede llegar a los seis metros.

**D) Sistemas de almacenaje: *drive-in* o compacto**

En este sistema, la mercancía se almacena en estanterías sin pasillos que permiten la entrada de carretillas elevadoras dentro de ellas. Se utiliza para almacenar grandes cantidades de mercancía de la misma referencia, y se suele utilizar la doble entrada (frontal y trasera) para aumentar el número de referencias almacenadas.

El sistema específico *drive-in radio shuttle* convierte las estanterías compactas en un sistema de almacenaje de mayor capacidad, a la vez que aporta más velocidad y seguridad en las maniobras.

**Ventajas** del sistema *drive-in* o compacto:

- Aprovechamiento excelente del almacén, tanto en lo relativo a la superficie ocupada como al volumen almacenado.

- No requiere grandes inversiones ni en estanterías ni en elementos de transporte.
- Sistema simple y muy eficiente, no requiere grandes desplazamientos de la mercancía.

**Inconvenientes** del sistema *drive-in* o compacto:

- Solo una referencia por pasillo.
- Paletas de un solo tipo con la misma limitación de altura y peso.
- Gestión LIFO.
- No permite gestión FIFO.
- No es recomendable para mercancías con caducidad.
- Las carretillas han de adaptarse a las dimensiones de las estanterías.
- Requiere personal con mucha experiencia para manejar las carretillas dentro de las estanterías.
- Sufren golpes y daños con frecuencia. El movimiento de las carretillas dentro de las estanterías es lento.
- Una vez instalados, los *drive-in* no permiten, por lo general, otro uso.



**E) Sistemas de almacenaje: estanterías dinámicas**

En estas estanterías, las paletas se depositan sobre unos caminos con base de rodillos con pendiente, los cuales facilitan su desplazamiento. Al retirar la primera paleta en la parte más baja de la pendiente, avanza el conjunto restante hacia la parte que ha quedado libre.

Este sistema se suele utilizar para productos de gran rotación, preferentemente con paleta completa.

Hay **dos tipos básicos de estantería dinámica**: con reaprovisionamiento trasero y **push-back** con reaprovisionamiento por la cara del *picking*.

**Ventajas** de las estanterías dinámicas:

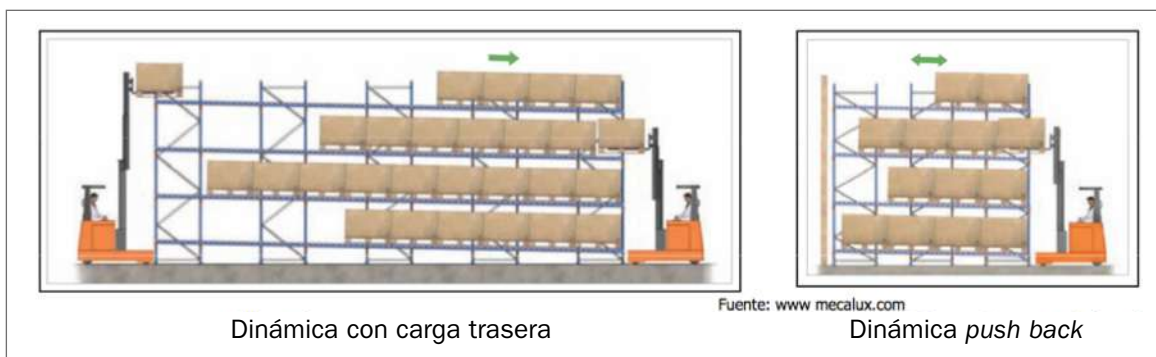
- Gestión estricta del FIFO.
- Uso muy eficiente del espacio.

**Glosario**

**Push-back:** Alta densidad de almacenamiento, carga y descarga en el mismo pasillo.

**Glosario**

**Estantería push-back:** Sistema de almacenaje compacto por acumulación que permite almacenar 2, 3 o 4 palets en fondo por nivel.



- Permite manejar grandes volúmenes de mercancía de manera muy simple.
- Ahorro de tiempo en las operaciones de manutención.
- No interfieren las operaciones de reaprovisionamiento con las de extracción (excepto *push-back*).
- Fácil control de stock.
- En cada fila solo hay una referencia.
- No requiere una gran inversión y es de fácil amortización.

**Ventajas** de las estanterías dinámicas *push-back*:

- Ahorro de espacio.
- Alta densidad de almacenamiento.
- Pocas referencias y mucha cantidad.
- Acceso por pasillo central.
- La maquinaria no tiene que entrar en los pasillos.
- Aprovecha, aproximadamente, el 70% de la superficie.

**Inconvenientes** de las estanterías dinámicas *push-back*:

- Solo una referencia por pasillo.
- Gestión LIFO.
- No recomendable para caducidades.
- Movimientos lentos.
- Una vez instaladas no permiten otro tipo de uso.

**F) Sistemas de almacenaje: estanterías móviles**

Las estanterías móviles son estanterías similares a las clásicas, pero en lugar de estar ancladas, van montadas sobre raíles para deslizarse sobre ellos. Se pueden unir unas a otras para formar bloques compactos, o bien separarse según necesidades, abriéndose un pasillo único que permita acceder a la ubicación deseada. Se utilizan con frecuencia en cámaras frigoríficas y para almacenar archivos documentales.

**Ventajas** de las estanterías móviles:

- Muy buena utilización del espacio.

**Inconvenientes** de las estanterías móviles:

- Solo son aplicables para artículos de baja rotación (acceso esporádico).
- Altura limitada (10 metros).
- Carga limitada para favorecer el movimiento de estanterías.
- Requieren ciertos niveles de inversión.

**G) Sistemas de almacenaje: automáticos de palets**

Los almacenes automáticos son estructuras, generalmente, de gran altura, donde los elementos de almacenamiento y manutención están integrados y son controlados por un sistema informático que lanza la orden de ubicación/desubicación cuando es necesario.



Se recomiendan estas instalaciones para empresas con una gama amplia de referencias, gran volumen de stock, alta rotación de artículos y unidades homogéneas de paletizado.

El perfecto nivelado del suelo es de especial importancia en estas estructuras ya que pequeñas irregularidades del solado producen oscilaciones que pueden invalidar las operaciones y, además, son peligrosas a varios metros de altura.



Dentro de los **sistemas automáticos** se encuentran: los sistemas de almacenaje en altura y con transelevadores automáticos, los autoportantes y los parkings.

También existen sistemas semiautomáticos que aportan una mejora en la actividad interna: **mini load**, carrusel horizontal, carrusel vertical y lanzadera.

**Ventajas** de los sistemas automáticos:

- Aprovechamiento óptimo de la superficie y los volúmenes de almacenamiento.
- Eficiencia operacional muy alta.
- No necesita de operarios. No está sujeto a errores humanos.
- Control absoluto de stock.

**Inconvenientes** de los sistemas automáticos:

- Requieren de unas inversiones iniciales muy altas.
- El paletizado ha de ser homogéneo y de gran calidad para evitar accidentes en el tratamiento automático.
- Debe estar soportado por un sistema informático muy sofisticado.
- Elevados costes de mantenimiento.
- Una vez implantado el sistema es muy difícil modificarlo.

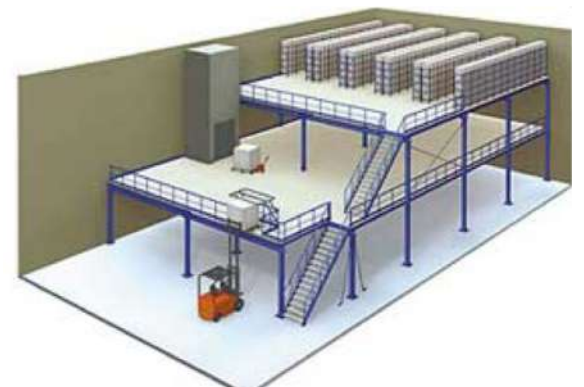
## H) Sistemas de almacenaje: otros sistemas

Entre otros:

- Entreplantas.
- Cantiléver (perfiles).
- Especificaciones especiales (chapas).
- Armarios.

## Glosario

**Mini load:** Sistema de almacenaje automatizado que se utiliza para el movimiento de cajas o bandejas. Sirve para organizar, colocar y extraer cajas o bandejas que se encuentran en las estanterías del almacén.



- *Picking*:
  - Estanterías simples.
  - Dinámicas de cajas.
  - Sectoriales: dispensadores...



### Cuadros resumen de los sistemas de almacenajes

#### • Características

TIPO	M <sup>3</sup> /PALET	€/PALET	PICKING	UTILLAJE	LIMITACIONES	OBSERVACIONES
Estantería convencional	6,5	23	Niveles 0 y 1 (superiores con recoge-pedidos)	Carretillas frontales o retráctiles	Ancho pasillo y altura almacenaje	Requiere mucho volumen por palet
Estantería móvil	4	100	No <i>picking</i>	Carretillas frontales o retráctiles	No hay <i>picking</i>	Solo reserva
Estantería de pasillo estrecho	5,2	24	Niveles 0 y 1 (superiores con retráctiles tipo «man up»)	Trilaterales	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pasillo ocupado por carretilla.</li> <li>• Cambio de pasillo</li> </ul>	Imprescindible filoguiado o guiado mecánico
<i>Drive-in</i>	3,5	30	Normalmente no se utiliza para <i>picking</i>	Carretillas especiales para <i>drive-in</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1 SKU por pasillo.</li> <li>• Gestión LIFO</li> </ul>	No es recomendable para producto con caducidad
<i>Drive-in/drive-out</i>	4	30	Palet trasero	Carretillas especiales para <i>drive-in</i>	Permite gestión FIFO	Necesita mayor espacio para operaciones
Por gravedad o dinámica	3,5-4	110	Palet delantero	Carretillas frontales o retráctiles	Acceso palets	Muy caro
Entreplantas o mezanines	7	250	Todo es <i>picking</i>	Montacargas o, en su defecto, carretillas	Subida/bajada palets	Flexibilidad para hacer stockaje de SKU de pequeño tamaño y rotación media-baja
Automático con transelevador	5,2	150	No <i>picking</i>	Transelevador	Transelevador/pasillo	Zona de <i>picking</i> externa
Automático con carros móviles	5	180	No <i>picking</i>	Carros móviles	Dependencia proveedor	Zona de <i>picking</i> externa

### • Puntos fuertes y débiles de los sistemas

TIPO DE ESTANTERÍA	PUNTOS FUERTES	PUNTOS DÉBILES
Convencional	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Acceso directo a todos los palets.</li> <li>• Precio.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gran volumen de almacén.</li> <li>• Ancho de pasillos.</li> <li>• N.º palets <i>picking</i> (restringidos).</li> </ul>
Móvil	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aprovechamiento del volumen.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No hay <i>picking</i>.</li> <li>• Coste alto.</li> </ul>
<i>Drive-in</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aprovechamiento del volumen.</li> <li>• Útil en tamaños pequeños.</li> <li>• Coste bajo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Solo para casos muy concretos.</li> <li>• No FIFO.</li> <li>• Solo LIFO.</li> </ul>
<i>Drive-in/drive-out</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aprovechamiento del volumen.</li> <li>• FIFO.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Solo para casos muy concretos.</li> </ul>
Por gravedad	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aprovechamiento del volumen.</li> <li>• Facilita el acceso a palets.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Solo compensa si la rotación es muy alta.</li> <li>• Coste.</li> </ul>
Pasillo estrecho	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aprovechamiento del volumen.</li> <li>• Precio.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Utillaje caro (trilaterales).</li> <li>• Reposición durante <i>picking</i> complicada.</li> </ul>
Entreplanta	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Flexibilidad.</li> <li>• N.º palets <i>picking</i>.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Coste inversión inicial.</li> <li>• Reabastecimiento y salidas.</li> </ul>
Automática con transelevador	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reducción costes de personal.</li> <li>• Aprovechamiento del volumen.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Coste inversión inicial.</li> <li>• Zona externa <i>picking</i>.</li> <li>• Mantenimiento/palets perfectos.</li> <li>• Requiere aplicación informática costosa.</li> <li>• Flexibilidad.</li> </ul>
Automática con mini loads	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gran volumen de movimientos.</li> <li>• Aprovechamiento del volumen.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ídem al anterior.</li> <li>• Solo piezas pequeñas.</li> </ul>

### • Aprovechamiento de la superficie disponible

TIPO DE SISTEMA DE ALMACÉN	APROVECHAMIENTO DE LA SUPERFICIE
En bloque	80%
Estantería convencional con carretilla frontal	40%
Estantería convencional con retráctil	55%
Estantería de pasillo estrecho con trilateral	60%
Estanterías dinámicas	70%
Almacén automático con transelevador	65%
Estanterías móviles	85-90%

## Elementos de manutención y transporte interno

### A) Transpaletas

- **Transpaleta manual** consta de unas horquillas y un grupo de elevación accionado por una bomba hidráulica de forma manual a través del mango de la transpaleta que eleva las horquillas.





#### Características:

- La carga se suele elevar más de diez centímetros.
- Se utiliza para transporte ocasional de cargas en distancias cortas al nivel del suelo.
- Normalmente las cargas van colocadas sobre paletas.
- Las transpaletas pueden mover cargas de hasta 2.500 kilos.
- El suelo debe ser liso, sin irregularidades, para evitar que la carga pierda estabilidad.
- Se ataca la paleta por el lado corto para evitar tener que pasar por encima de los travesaños del palet, ya que si la transpaleta no está bien posicionada al iniciar el movimiento de elevación, puede dañar a la paleta.

- **Transpaleta eléctrica de conductor a pie** es muy parecida a la manual, pero las tareas de elevación y desplazamiento de las cargas son realizadas con energía eléctrica suministrada por baterías incorporadas.

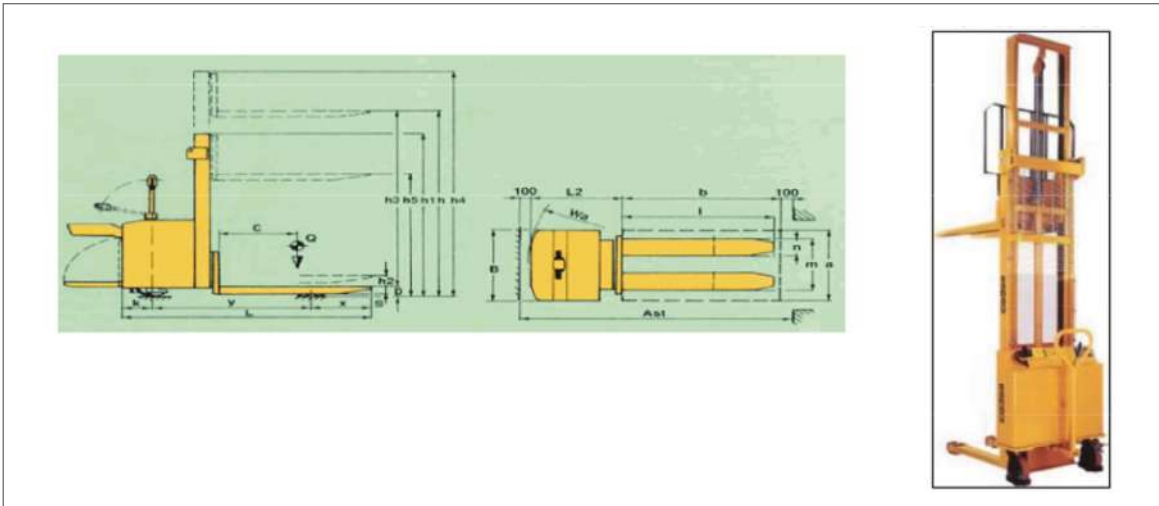
#### Características:

- El conductor se desplaza andando y gobierna la transpaleta con el mango, donde se encuentran los dispositivos de marcha adelante/atrás y de elevación.
- Se utilizan estos dispositivos cuando las distancias a recorrer son mayores, las cargas más pesadas o el uso es más frecuente.
- **Transpaleta eléctrica de conductor a bordo** es muy parecida a la anterior, pero en este caso el conductor va a bordo de la carretilla, bien de pie, bien sentado. Se utilizan cuando las distancias a recorrer son grandes, hay que realizar muchos movimientos o cuando se necesitan ciclos de trabajo rápidos.



## B) Apiladoras

Las apiladoras, manuales o eléctricas, son los elementos de manutención más simples para elevar cargas. Se utilizan para trabajos ocasionales en los que se deba elevar paletas hasta una altura generalmente no superior a los tres metros.



### C) Recogepedidos

Son máquinas pequeñas, rápidas y fáciles de manejar. Se utilizan para preparar pedidos sobre paletas o carros, y cuando los recorridos son largos. Pueden llegar desde el nivel de suelo hasta los doce metros.



### D) Contrapesadas

También llamadas frontales, es el primer tipo de carretilla que llegó a popularizarse. Como puede apreciarse en la imagen, el momento ejercido por la carga sobre el eje delantero es neutralizado por el propio peso de la carretilla cuyo centro de gravedad (CDG) se sitúa entre los ejes delantero y trasero:

#### Características:

- Pueden ser accionadas por motores eléctricos de baterías o de combustión, alimentados por LPG (*Liquefied Petroleum Gas*) o diésel.



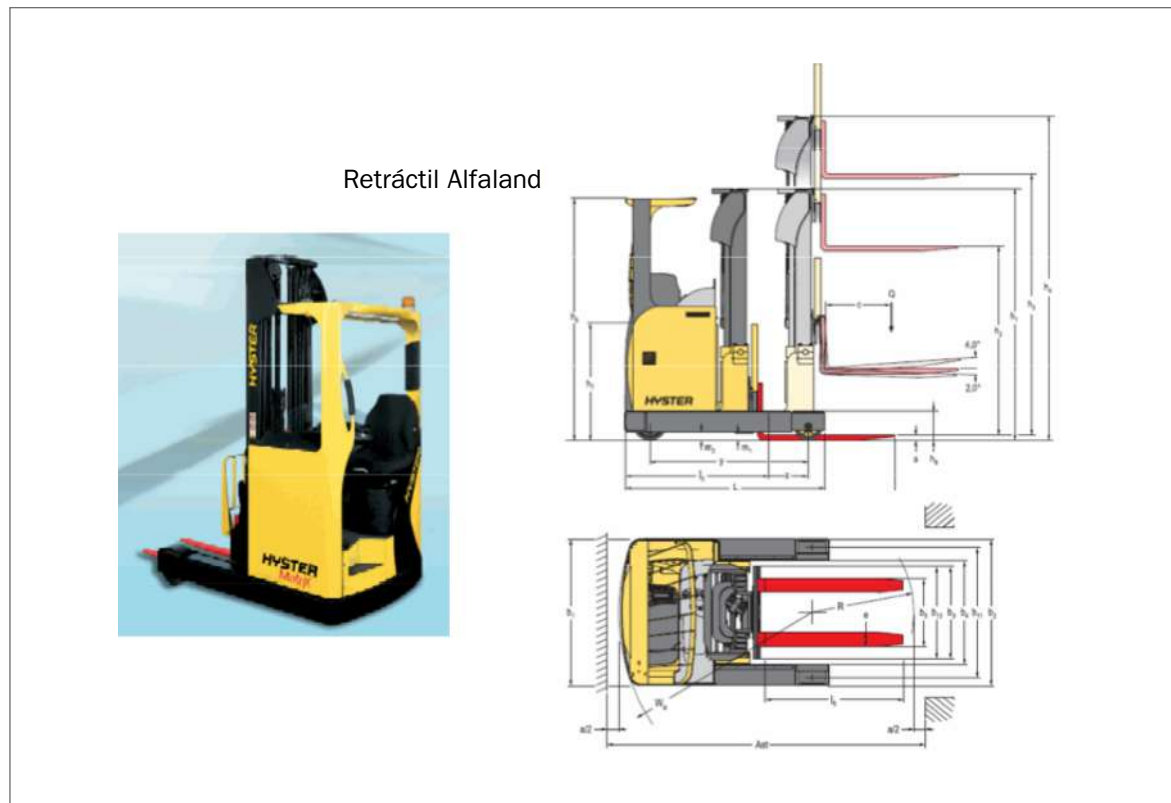
- Solo las carretillas eléctricas pueden operar en recintos cerrados.
- Estas carretillas se utilizan para descargar camiones, apilar cargas paletizadas o reaprovisionar estanterías.
- Suelen llevar neumáticos de caucho para trabajar tanto en el interior como en el exterior, en suelos desiguales.
- Atacan las paletas por ambos lados.
- Suelen elevar cargas hasta siete metros.
- Necesitan pasillos de operación muy anchos.

### E) Retráctiles

Estas carretillas, a diferencia de las frontales que transportan la carga más allá de los ejes delanteros, transportan la carga entre los ejes delantero y trasero, reduciendo la longitud total del conjunto carretilla + carga y, por tanto, la anchura mínima necesaria del pasillo donde ha de moverse.

#### Características:

- La anchura de la carga viene limitada por la separación entre los ejes delanteros.
- Normalmente, para carga paletizada en 800 × 1.200, se transporta el palet atacándolo por la parte estrecha.
- Las carretillas retráctiles pueden alcanzar alturas de hasta doce metros y cargas de hasta 2.000 kilos.



## F) Trilaterales

Las carretillas trilaterales son máquinas que permiten un uso muy eficiente del espacio ya que trabajan con pasillos de 1,7 metros y a alturas que pueden llegar a catorce metros.

### Características:

- Las horquillas giran 180° y pueden trabajar a ambos lados del pasillo.
- Han de circular guiadas por el interior del pasillo, bien por filoguiado (un hilo conductor enterrado en el suelo que produce un campo magnético detectado por la carretilla), bien mediante guiado mecánico por un perfil apropiado fijado al suelo.
- La planimetría de la superficie por la que se desplaza la trilateral ha de ser mucho más exigente y el acabado ha de ser excelente.
- Son más caras que las carretillas convencionales.
- Requiere espacios libres para cambios de pasillo de las máquinas. Estas maniobras son muy ineficaces en el caso de guiado manual.

## G) Carruseles

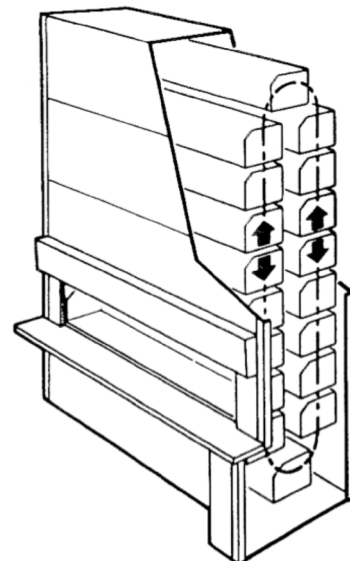
Son sistemas de *picking* del tipo «producto a operario». Los hay en horizontal y en vertical.

### Características:

- El carrusel presenta las cubetas delante del operario, señalando mediante una luz, en un *display* luminoso, cuál debe elegir y cuántas unidades.
- El operario toma las piezas, las lee con un lector de códigos de barras y las deposita en la caja correspondiente situada en la mesa de preparación de pedidos.



Carrusel horizontal ET Systems



## Glosario

**Planimetría:** Parte de la topografía que trata la medición y representación de una porción de la superficie terrestre sobre una superficie plana.

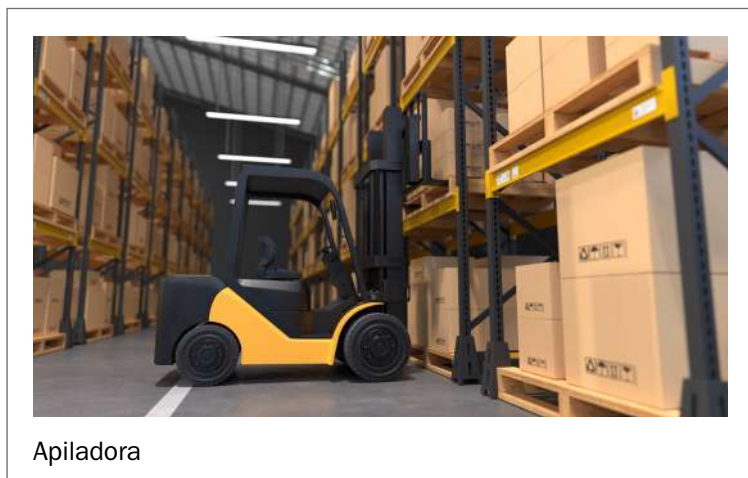


## H) Lanzaderas (*shuttle*)

El producto se encuentra almacenado en bandejas dispuestas verticalmente. A diferencia de los carruseles verticales, solo se desplaza hasta la ventana de acceso aquella bandeja sobre la que se ha de realizar el *picking*.

## I) Otros equipamientos

- Sorter Vanderlande: sistema clasificador plano.
- Caminos de rodillos.
- Cinta transportadora.
- Cinta telescópica para cargar/descargar camiones.
- Lector de código de barras, peso y cubicaje.
- Enfardadora semiautomática.
- Flejadora automática.
- AGV apilador.
- Lector de códigos de barras.



## J) Muelles de carga y abrigos

Las operaciones de carga y descarga en almacenes se realizan, normalmente, desde muelles de carga y no desde el suelo en el exterior del almacén porque:

- El vehículo está más cercano al almacén y se reducen los desplazamientos.
- No hay desniveles ni irregularidades en el firme que ralenticen o compliquen las operaciones de carga y descarga.



Vista exterior muelles de carga



Vista interior muelles de carga

- No se necesitan carretillas de exterior, normalmente más robusta que los equipos de interior y, por tanto, más caras.
- Las operaciones se realizan a salvo de las inclemencias meteorológicas.
- Se minimizan los cambios de temperatura y se evita romper la cadena de frío.

### El diseño de un almacén

A la hora de diseñar un almacén se deben tener en cuenta 3 niveles de planificación:

1. Planificación estratégica: distribución, productos, estimación de volúmenes a almacenar, etc.
2. Planificación táctica: necesidades de la empresa, definición de plantilla, previsión de ventas, etc.
3. Planificación operativa, recursos y planificación de actividades para asegurar la operación diaria del almacén.

#### A) Zonas de un almacén

Las zonas más habituales, que pueden verse en la siguiente imagen, son:

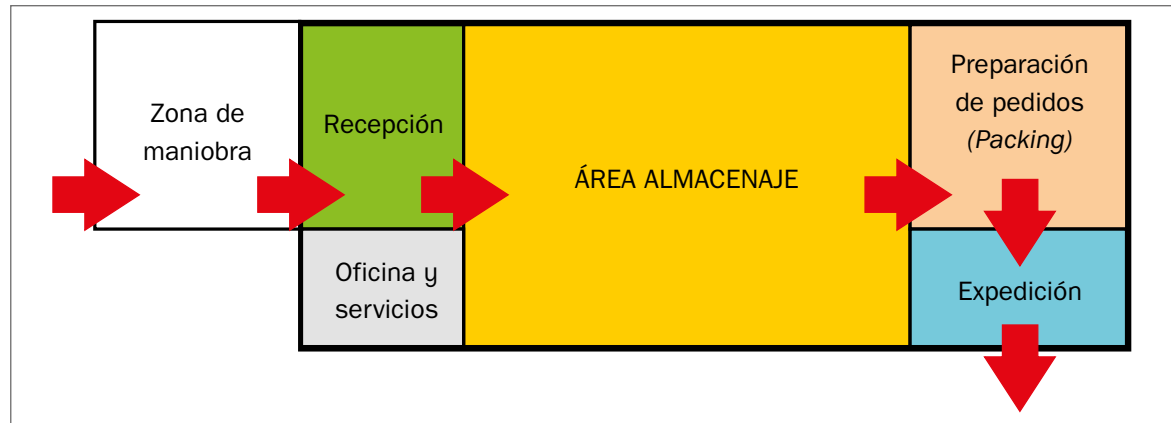
- Muelles y zonas de carga/descarga/maniobra.
- Zonas de recepción.
- Zonas de almacenaje.
- Zonas de preparación.
- Zonas de salida.
- Otras zonas.

Dentro de «otras zonas» pueden darse diferentes espacios necesarios: aparcamiento de vehículos, stock de reserva, consolidación y verificación, embalado y embalajes, devoluciones, cámaras (frigoríficas, de seguridad...), oficinas, vestuarios/servicios, para palets vacíos, para envases vacíos, carga de baterías, mantenimiento, residuos (plásticos, cartón...), etc.



## Glosario

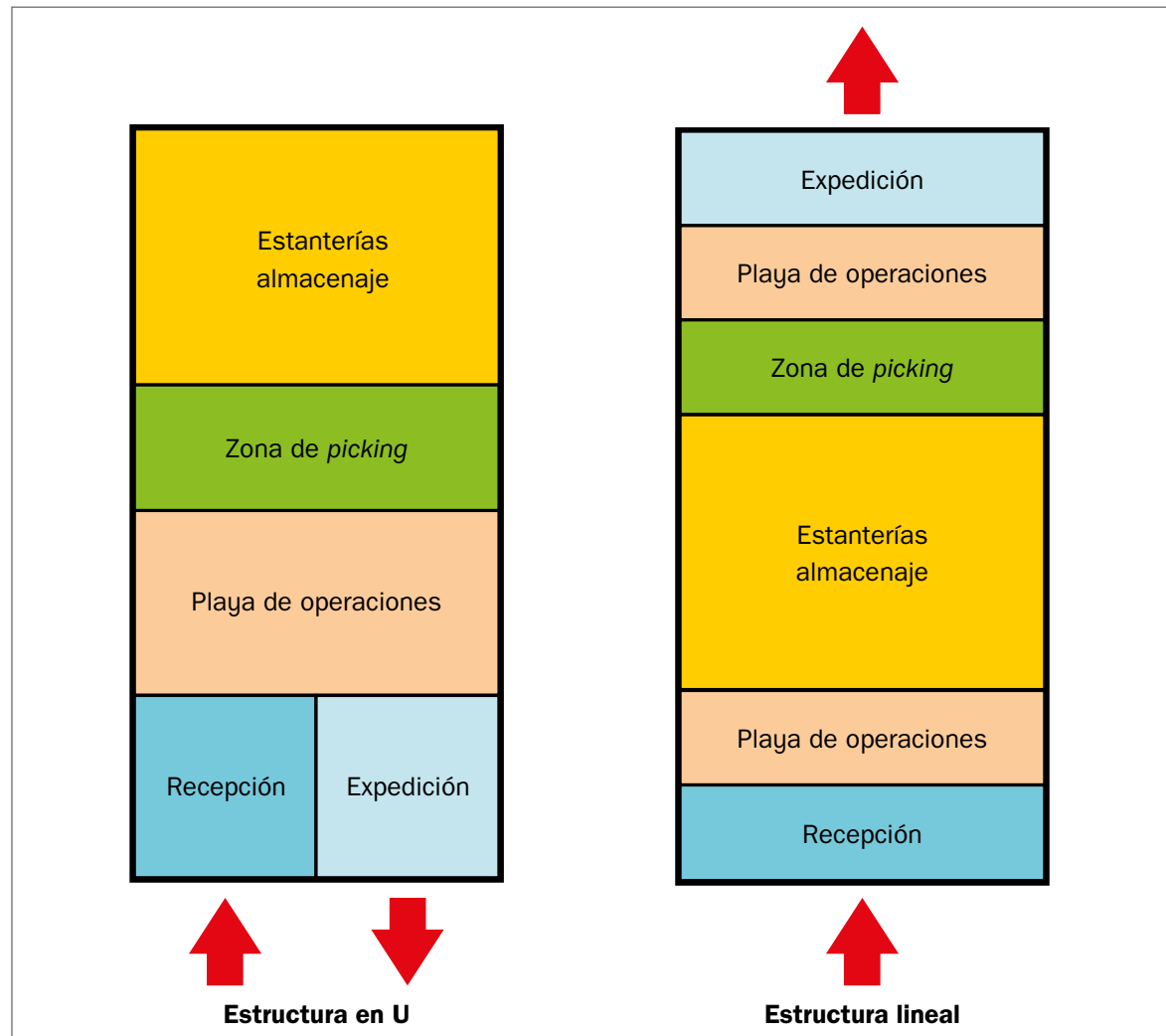
**Layout:** La noción de layout suele utilizarse para nombrar al **esquema de distribución** de los **elementos** dentro un **diseño**. Es habitual que un diseñador que se dedica a la creación de **páginas web** desarrolle un *layout* y se lo presente a su cliente para que este lo apruebe y decida sobre la distribución de los contenidos.



### B) Layout

Por lo general el diseño y distribución de los espacios en un almacén se hace en función de las mercancías. En empresas de logística las opciones son en forma de I, de L o de U; mientras que en empresas industriales se tiende a la forma de S o de O.

Los centros de distribución se clasifican, fundamentalmente, según su diseño en dos tipos: estructura en U y estructura lineal:



### C) Criterios de zonificación

Los criterios de distribución dentro de un almacén deben responder a cinco cuestiones básicas:

- Compatibilidad.
- Complementariedad.
- Tamaño.
- De acuerdo con la carga de vehículos (plataformas).
- Rotación (ABC de salidas):
  - Según la ratio de movimientos de salida (Pareto):
    - A: 20% artículos, 80% líneas de extracción.
    - B: 30% artículos, 15% líneas de extracción.
    - C: 50% artículos, 5% líneas de extracción.
- **Zona de SKU tipo A:**
  - Artículos de muy alta rotación. Pocas SKU.
  - Zona de gran accesibilidad, cercana a las áreas de almacenaje y expedición.
  - Si la naturaleza del producto lo permite, almacenaje en bloque, *drive-in* o dinámicas.
- **Zona de SKU tipo B:**
  - Artículos de rotación media.
  - Número considerable de SKU (30%).
  - A veces es necesario subdividir esta zona y asignar estanterías dinámicas a las de más alta rotación del grupo y estanterías convencionales para hacer *picking* sobre paleta al resto.
- **Zona de SKU tipo C:**
  - Gran número de referencias con baja o muy baja rotación.
  - Se suelen colocar en las zonas más alejadas. A veces es necesario ubicarlas en mezanines (estructuras en altura), paternóster (especie de ascensor con compartimentos abiertos), almacenes verticales...
  - El tamaño de la ubicación dependerá de la disponibilidad del espacio.

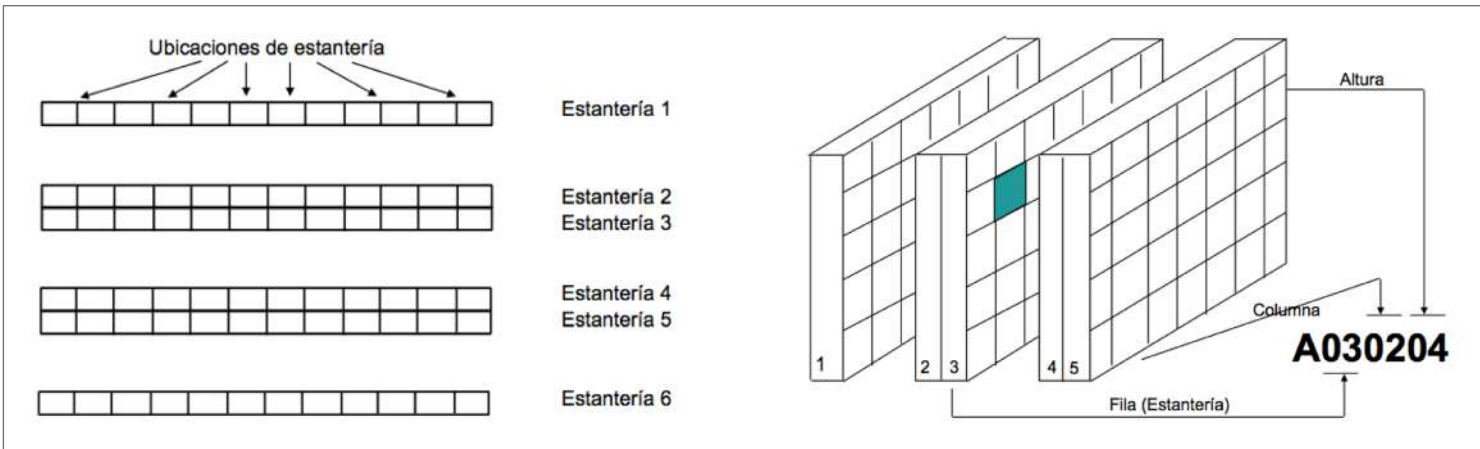
### D) Gestión de ubicaciones

Una vez definidas las diferentes áreas del almacén y el tipo de estanterías, se deben definir las **ubicaciones**, es decir, los lugares destinados a alojar temporalmente los artículos o sus unidades de carga. Cada ubicación del almacén debe estar claramente identificada, de tal forma que a cada ubicación le corresponda uno y solo un código, y, recíprocamente, que cada código determine una sola ubicación.

### Glosario

#### Ubicaciones:

Lugares destinados a alojar temporalmente los artículos o sus unidades de carga.



- Codificación por estanterías:

- Se utiliza cuando se realizan recorridos de ida y vuelta por el mismo pasillo.
- A cada estantería se le asigna un número correlativo.
- En cada estantería, cada profundidad recibe un número correlativo, comenzando siempre en la cabecera.
- Por último, cada altura recibe un número correlativo de abajo arriba.

Este sistema de coordenadas descrito se representa gráficamente como sigue:

- Ubicaciones según la entrada:

- *A priori*. El proceso de asignación de ubicación consiste en:
  - Consulta al sistema de las ubicaciones vacías.
  - Asignación de ubicación más conveniente.
  - Ubicación física del producto.
  - Confirmación al sistema de la ubicación correcta.
- *A posteriori*. En este caso el proceso de asignación es:
  - Ubicación física del producto, en la posición conveniente, de forma manual.
  - Información al sistema de la ubicación ocupada.

### E) Métodos de almacenaje

Vamos a comentar algunas características de tres métodos de almacenaje más comunes: organización de la ubicación de los productos, flujo de entrada/salida y optimización del espacio disponible.

Método de almacenaje según la **organización del almacenaje**. Podemos enfrentarnos a:

- **Almacén ordenado:** asignación de un único lugar, fijo y predeterminado, para cada producto.

- **Almacén caótico:** «hueco libre», el almacenaje de las mercancías se realiza de manera que se asignan las ubicaciones a medida que se van recibiendo, siguiendo unos criterios básicos de zona, tamaño, condiciones...

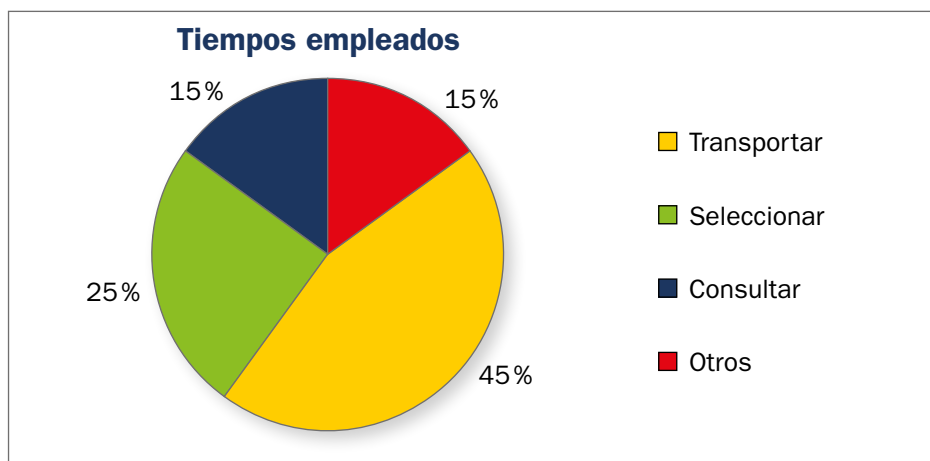
Método de almacenaje según **flujo de entrada/salida**. Dos opciones:

- **FIFO:** el artículo que entra primero es el que sale en primer lugar. Adecuado para productos perecederos.
- **FEFO (First expire, First out):** el artículo que antes caduca es el primero que sale.
- **LIFO:** el artículo que entra en último lugar es el primero en salir. Obligado en el almacenaje en bloque y en estanterías compactas.

### El ciclo logístico del almacén

El concepto fundamental en este punto es el de **pedido**. Un pedido es la demanda por parte de nuestros clientes de un producto o servicio atendiendo a los compromisos pactados en tiempo de servicio, cantidad de producto y calidad de servicio, atendiendo a requerimientos que van desde la caducidad del producto hasta la trazabilidad y la calidad del producto, sin olvidar que para mantener la competitividad debemos ser eficientes y eficaces, midiendo los costes a través de la eficiencia del transporte, la optimización de la unidad de carga, el correcto mantenimiento del stock, el almacenaje seguro y la mínima manipulación.

La importancia de la preparación de un pedido (*picking*) es fundamental por dos cuestiones. Por un lado, por el coste, que en algunos casos puede representar más del 60% del coste total de las operaciones que se realizan en un almacén; y por otro lado, por su incidencia en la calidad del servicio: la calidad y fiabilidad del servicio son elementos claves de competitividad. El tiempo empleado en la preparación es básico en las dos cuestiones mencionadas.



A la hora de **diseñar la zona de picking** debemos tener en cuenta diferentes factores:

- **Características de los productos:** compatibilidad, propiedades físicas, tipologías de almacenamiento... Estos parámetros determinarán el tipo de *picking* y los sistemas de manipulación aplicados al área de *picking* que se utilizarán.

### Glosario

**FEFO (First expire, First out):** Flujo en el que el lote de stock que primero caduca, de los que hay en el almacén, es el primero en salir.

### Glosario

**Pedido:** Demanda por parte de nuestros clientes de un producto o servicio atendiendo a los compromisos pactados en tiempo de servicio, cantidad de producto y calidad de servicio.

- **Número de referencias a manejar:** aportará información para el dimensionamiento del área.
- **Índice de rotación por referencias:** es necesario establecer el ABC de rotación de cada producto para poder ubicar de forma correcta los productos con los recorridos de *pickers* (hombre-producto) o la colocación en los sistemas producto-hombre.
- **Tipología de las reposiciones.**
- **Métodos operativos que se utilizarán.**

Hay que tener en cuenta una serie de **factores de optimización** para la preparación de pedidos:

- Se almacena el producto según la frecuencia de recogida (ABC): *Cross Analysis*.
- La información de los pedidos es clara y ordenada, atendiendo a la secuencia de recogida.
- Cuándo se reducen los trabajos administrativos.
- Coordinación con compras y aprovisionamiento para evitar tiempos de esperas.
- Cuándo se equilibran las tareas de extracción.

Entre estos factores de optimización, debe prestarse especial atención a las acciones relacionadas con tiempo, peso y volumen.

¿Qué factores son claves en los tiempos de preparación?

- Tiempo de reflexión del *picker*.
- Tiempo por la variación de peso y volumen: afección.
- Posición del operario frente al producto.
- Distancia media de extracción.
- Fragilidad del producto a manipular.
- Limitación de cargas máximas (parámetros establecidos por el INSHT).

Otro tipo de condicionantes para la correcta preparación de pedidos buscando cero errores a la vez que se maximiza la productividad y la calidad son: el artículo (unidad de preparación: medidas, peso...), el surtido (número de referencias), el análisis ABC (clasificación de los artículos según su frecuencia de salida), la estructura del pedido (unidades/línea), las líneas del pedido (posiciones), la cantidad de pedidos y las unidades de manipulación (palets/módulos completos, bultos/cajas completas, unidades sueltas/fracciones).

## **A) Fases de la preparación de un pedido**

### **1. Preparativos.**

- Captura de datos y lanzamiento de órdenes clasificadas (resumen de albaranes, segmentación de albaranes por zonas...).
- Preparación de los elementos de manutención (carretillas, carros, palets, *rolls*, embalajes...).

### **2. Recorridos.**

- Desde la zona de operaciones hasta el punto de ubicación del producto.

- Desde un punto de ubicación al siguiente y así sucesivamente.
- Vuelta a la zona de inicio desde la última posición.

### 3. Extracción.

- Posicionamiento en altura, extracción, recuento, devolución del sobrante.
- Ubicación sobre el elemento de manutención interior (palet, *roll*, carro...).

### 4. Verificación de la preparación.

- Control, embalaje, acondicionamiento en cajas, precintado, pesaje y etiquetado.
- Traslado a la zona de expedición y clasificación por agencias, rutas, destinos...
- Elaboración de la hoja de ruta (*packing list*) del transportista o relación de albaranes cuya mercancía es transportada.

## B) Principios de la preparación de pedidos

**Operatividad:** eficacia de las instalaciones y eficiencia de los trabajadores.

- Minimizar los recorridos con una adecuada zonificación ABC de líneas de pedido.
- Mínimas manipulaciones conciliando las unidades de compra y las de distribución.

Calidad del proceso:

- Rotación del stock: FIFO, FEFO o LIFO.
- Inventario permanente.
- Cero errores.

Calidad del servicio:

- Preparar al cliente lo que quiere, como lo quiere y cuando lo quiere.
- Información en tiempo real.

## C) Métodos de *picking*

### Tipos de extracción.

#### Distribución:

- Monosectorial:
  - Hay una sola zona en donde se pueden preparar pedidos.
  - La información del pedido relaciona todas las referencias a extraer.
  - La preparación la realiza un solo operario.
- Plurisectorial:
  - La información del pedido se divide en varias zonas para que realicen la preparación varios operarios.



**Ejecución:**

- Monofásica: preparación pedido a pedido.
- Plurifásica:
  - Preparación múltiple, de varios pedidos a la vez.
  - Necesidad de una zona de explosión por pedido.

**Recogida:**

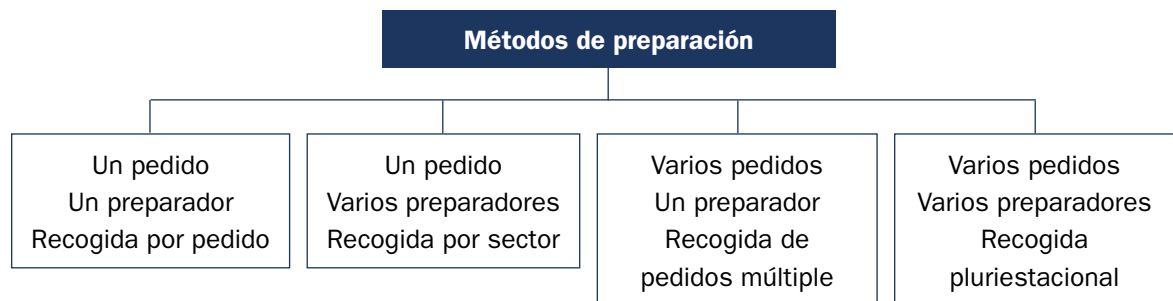
- Consecutiva: un pedido tras otro.
- Simultánea:
  - Todos los pedidos de un bloque son preparados a la vez.
  - Preparación múltiple, de varios pedidos a la vez.
  - Necesidad de una zona de explosión por pedido.

Además, la preparación de pedidos se podrá realizar:

- A nivel de suelo.
- A bajo nivel.
- A medio nivel.
- A alto nivel.

**Tipología de recorridos.**

- Un operario, un pedido: un único operario se encarga de la preparación completa y única del pedido.
- Un operario, varios pedidos: un operario se encarga de la preparación de varios pedidos. Se utiliza cuando el tamaño de los pedidos es reducido o el recorrido de *picking* es grande.
- Un pedido, varios operarios: varios operarios se encargan de la preparación del pedido. Se utiliza cuando el pedido es grande y existe un sistema de control de la preparación.



- **Tipos de picking.**

- Operario a producto: grandes volúmenes de movimiento. Referencias volumétricas pequeñas. Presenta limitaciones por movimiento. Se dan confluencias de *pickers*.
- Producto a operario: almacenamientos densos. Cuantificar reposiciones. Altamente efectivos cuando hay muchas líneas de pocas unidades.
- Preparación automática.

## D) Elementos de almacenaje

Según el tipo de *picking* se necesitarán unos elementos u otros. Veamos algunos casos:

### 1. Operario a producto:

- Estanterías convencionales de almacenaje.
- Estanterías dinámicas (de palets o de cajas).
- Estantería dinámica para *picking* de unidades.
- Carrito de preparación **P2L**, **P2V**.

### 2. Producto a operario:

- Carrusel horizontal.
- Carrusel vertical/*Shuttle*.

### 3. Automáticos:

- **Frames.**

## E) Tecnología *picking*

- Operario a producto.
  - *Picking* con terminal de radiofrecuencia (TRF):
    - *Picking* de unidades/Cajas origen.
    - Opción inventario continuo.



## Glosario

### **P2L (Pick-to-Light):**

Sistema que orienta a los operarios de forma visual hacia las ubicaciones exactas de los productos, dentro de un almacén, para la preparación de pedidos.

## Glosario

### **P2V (Pick-to-Voice):**

Sistema semiautomático de preparación de pedidos, orientado por voz, cuya finalidad es que los operarios tengan mayor libertad de movimiento en un almacén y las manos disponibles para facilitar y agilizar la manipulación necesaria de productos.

## Glosario

**Frame:** Sistema de picking automático en línea, que consiste en un dispensador con lectura de productos.

– Picking con *PICK-TO-LIGHT*:

- Picking de unidades/cajas origen.
- Válido para muchas unidades/líneas.
- Productividad: 50-70 líneas/hora/persona.



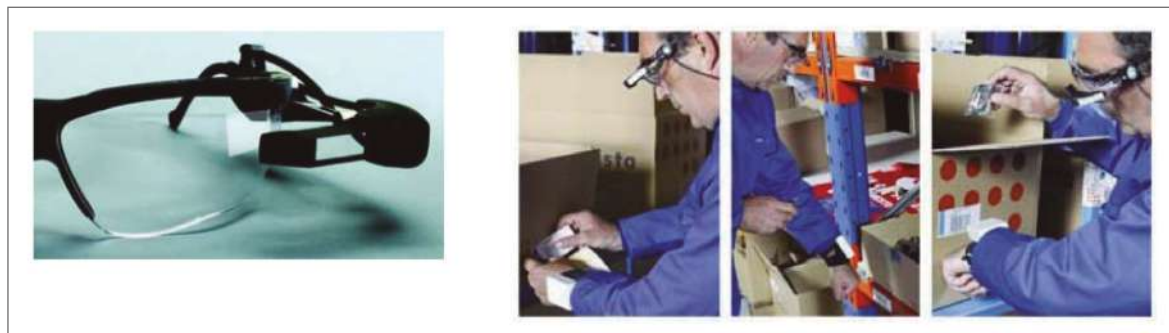
– Picking con *PICK-TO-VOICE*:

- Picking de unidades/cajas origen.
- Manos libres.



– Picking con *VISUAL PICKING*:

- Picking de unidades/cajas origen.
- Manos libres.



- Automáticos:
  - Ventajas:
    - › Alta velocidad de preparación (6 uds./s).
    - › Alta densidad de referencia.
    - › Alta fiabilidad (cero errores).
    - › Preparación multipedidos simultáneos.
  - Desventajas:
    - › Recursos necesarios para reposición.
    - › Solo válido para *picking* de unidades (principalmente A y B).
    - › Rigidez para crecimiento o desplazamiento del módulo.
    - › Precisa elevado número de líneas/año para estar justificado.
- Producto a operario.
  - Carrusel vertical o paternóster/*shuttle*:
    - Ventajas:
      - › Gran variedad de referencias en poco espacio.
      - › Alto aprovechamiento volumétrico.
      - › El sistema informático garantiza el inventario perpetuo (buen control de existencias).
      - › Comodidad de acceso al producto.
      - › Alto rendimiento.
      - › Adecuado para productos de tecnología controlada.
      - › Posibilidad de impedir el acceso a productos sensibles.
    - Desventajas:
      - › No apto para grandes volúmenes o productos con diversidad de formas.
      - › Poca flexibilidad y adaptabilidad a cambios.
      - › Elevada inversión.
      - › Reaprovisionamiento lento.
  - Carrusel horizontal:
    - Ventajas:
      - › Alta compactación por m<sup>2</sup>.
      - › Alto rendimiento.
      - › Productos variados con independencia del tamaño y la forma.
      - › Buen control de existencias.
      - › Inventario perpetuo.
      - › Posibilidad de impedir el acceso a productos sensibles.

## Glosario

### Clasificación ABC:

Segmentación en tres categorías de las referencias de productos del almacén según importancia.

- Desventajas:
  - › Inversión elevada.
  - › Poca flexibilidad ante los cambios.
  - › No adecuado a producto de tecnología controlada.

## F) Equipos de manutención

Para realizar una elección de equipos adecuados, hay que analizar cinco puntos esenciales:

- **Clasificación ABC.**
- Velocidad necesaria en la extracción.
- Planta de almacén.
- Morfología del producto.
- **ROI:** análisis de beneficios según inversión.

## Glosario

### ROI (retorno sobre la inversión):

Ratio financiera que compara el beneficio obtenido con la inversión realizada.

En el siguiente cuadro resumen se recogen diferentes equipos indicando el tipo de mercancía para la que es más recomendable en función de peso movido, altura de acceso y distancia a recorrer:

EQUIPO DE MANUTENCIÓN	PESO MOVIDO	ALTURA DE ACCESO	DISTANCIA
A pie con carrito	< 100 kg	Nivel suelo	< 30 m
Transpaleta manual	< 300 kg	Nivel suelo	< 30 m
Transpaleta eléctrica	< 700 kg	Nivel suelo	< 60 m
Apilador eléctrico	Hasta 1.000 kg	Hasta 2 m	< 30 m
Apilador eléctrico con peldaño	Hasta 1.000 kg	Hasta 2 m	< 60 m
Carretilla contrapesada	Hasta 1.500 kg	Hasta 12 m	> 60 m
Recogepedidos	Cajas completas	Depende nivel	> 100 m

A continuación, se muestra una comparativa entre equipos según eficiencia de recorrido:

	< 5 m	< 10 m	< 15 m	< 20 m	< 30 m	< 40 m	< 50 m	< 60 m
<b>Dinámica estación</b>	100%	95%	90%	78%	60%	–	–	–
<b>Carrito zona</b>	70%	85%	95%	100%	90%	80%	75%	50%
<b>Prepara-pedidos suelo</b>	–	–	80%	90%	95%	100%	95%	80%

Por último, en el siguiente cuadro se resume la información sobre el tipo de tecnología, el sistema de almacenaje para la que es indicada, el número de referencias para el que se recomienda su uso, tipo de *picking* y la productividad estándar:

TECNOLOGÍA	SISTEMA DE ALMACENAJE	N.º REFERENCIAS	TIPO DE PICKING	PRODUCTIVIDAD
RF	Dinámicas	100 a 500	Unitario	de 60 a 90 <i>picks</i> /hora/oper.
<i>Pick by voice</i>	Dinámicas	100 a 500	Unitario	de 60 a 90 <i>picks</i> /hora/oper.
<i>Pick to light</i>	Dinámicas	100 a 500	Unitario	de 60 a 90 <i>picks</i> /hora/oper.
Carrusel vertical	Carrusel vertical	1.000 a 5.000	Unitario	de 500 a 700 <i>picks</i> /hora/estación/oper.
Carrusel horizontal	Carrusel horizontal	1.000 a 10.000	Unitario	de 500 a 700 <i>picks</i> /hora/estación/oper.
<i>Suttle</i>	<i>Suttle</i>	1.000 a 10.000	Unitario	de 500 a 700 <i>picks</i> /hora/estación/oper.
Mini loads	Mini loads	1.000 a 10.000	Unitario	de 500 a 700 <i>picks</i> /hora/estación/oper.
Dispensador	Dispensador	1.000 a 10.000	Unitario	De 4 a 8 unidades/segundo

## Glosario

**Mini load:** Sistema de almacenaje automatizado que se utiliza para el movimiento de cajas o bandejas. Sirve para organizar, colocar y extraer cajas o bandejas que se encuentran en las estanterías del almacén.

## Sistemas de gestión de almacenes

La tecnología tiene, lógicamente, un impacto en la gestión de almacenes. Cinco de los posibles impactos son:

- Incremento de la productividad, especialmente en sectores intensivos en el uso de tecnologías (costes).
- Se dispondrá de más información y de mayor calidad (servicio).
- Mayor control de las operaciones de la empresa (coste/servicio).
- Flexibilidad.
- Gestión integral de la empresa.

### A) Funcionalidad de un sistema de gestión de almacenes (SGA)

#### Gestión de recepciones y entrada de mercancía

Un SGA permite realizar tareas de:

- Gestión de proveedores.
- Gestión de devoluciones y rechazos de entrega.
- Control de calidad: gestión de mercancías y del stock en control de calidad.
- Previsiones de entrada y pedidos de compra: pedidos pendientes de recibir, entregas programadas de proveedores.
- Identificación de la mercancía: lectura ecb (EAN128, EAN13), matriculación de palets.



- Actualización en tiempo real del inventario.
- Lectura y control de números de serie.
- Ubicación de mercancía: almacén caótico o dedicado.
- *Cross - Docking*.

### **Procesamiento y gestión de pedidos de venta**

- Carga automática de pedidos enviados por clientes.
- Captura manual de pedidos.
- Importador de pedidos en Excel.
- Herramienta para el mapeo de archivos de pedidos.
- Agrupación de pedidos concreta: composición, empresa de distribución, urgencia...
- Consolidación de pedidos por cliente destinatario.
- Gestión de pedidos en rotura de stock:
  - Solo se sirven pedidos completos con todas las referencias.
  - Se sirven pedidos incompletos con líneas completas.
  - El pedido se queda pendiente hasta que existe stock suficiente de todas las líneas.
  - Se sirven solo las líneas y cantidades disponibles.
  - Se sirven las líneas y cantidades disponibles. Con el resto se crea un nuevo pedido en espera de que haya stock.

### **Preparación de pedidos**

Se podrá gestionar tareas como:

- *Picking*: radiofrecuencia, *pick-to-light*, control de voz, carrusel, silos, contenedores...
- Cálculo de salidas de palets completos.
- Reposición automática de huecos de *picking*.
- Gestión de kits de artículos.
- Gestión de lotes.
- Gestión de números de serie: entrada y salida.
- Gestión de fechas de caducidad.
- FIFO, LIFO y FEFO.
- Multipedido y monopedido.
- Verificación de productos: lectura de EAN13 y ubicación.
- Impresión de documentación: facturas, albaranes, *packing list* y documentación personalizada.
- Asignación automática de tareas por operario, áreas o prioridades.
- Monitor de tareas en tiempo real.

### **Gestión de stock y ubicaciones**

- Cálculos de stock de seguridad y punto de pedido: lanzamiento de órdenes de aprovisionamiento, fabricación...
- Inventario forzado, continuo y cíclico.

- Mapa de almacén:
  - Estanterías convencionales.
  - Estanterías compactas *drive-in*.
  - Móviles: estanterías dinámicas, carruseles, silos verticales...
- Análisis ABC.
- División de referencias por familias y subfamilias.
- Gestión de stock en cuarentena y control de calidad.
- Reposiciones de stock automáticas.
- Aprovisionamiento periódico:
  - Fecha fija/cantidad variable: aprovisionamiento periódico/Bequart.
  - Fecha variable/cantidad fija: lote óptimo.
  - Fecha variable/cantidad variable: métodos heurísticos.

### Gestión de expediciones

- Generación de etiquetas de bulto para el transporte de distintas agencias.
- Comunicación a agencias de transporte de expediciones.
- Información de situaciones de transporte.
- Información de incidencias de transporte: gestión de trámites automáticos.
- Gestión de siniestros: control de reclamaciones, aseguradora y finiquitos.
- Gestión de comprobantes de entrega.
- Visualización de imágenes de albaranes de entrega.
- Gestión de reembolsos.
- Gestión de rutas de transporte.

### Facturación y herramientas de gestión

- Gestión de tarifas.
- Gestión de facturas: generación y emisión.
- *Job costing*: análisis de rentabilidad de operaciones, análisis de rentabilidad de clientes, coste por operaciones, medición de productividad.

### Información y comunicaciones

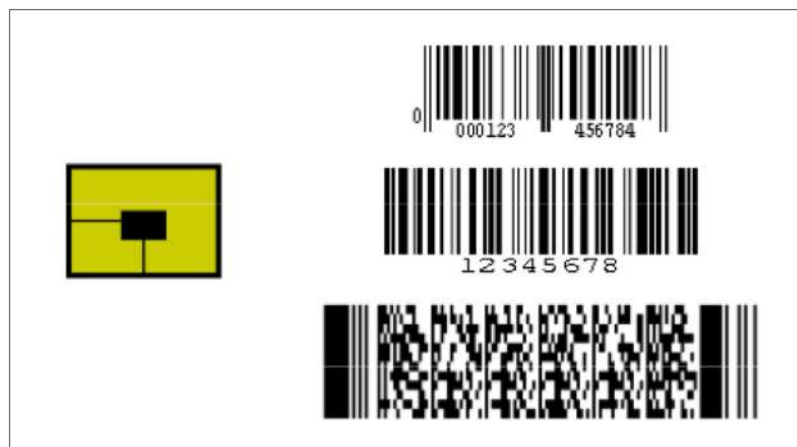
- Herramientas de creación de informes por/para usuarios.
- Recepción y envío automático de información a clientes:
  - Protocolos: *e-mail*, ftp, sftp, ssh, http...
  - Formatos: edi-fact, xml, texto plano, Excel...
  - Conectores estándar: SAP, Oracle, BAAN, PeopleSoft, Movex...
  - Información en interfaces adaptables:
    - Pedidos de compra y pedidos de venta.
    - Situaciones de pedidos y de transporte.



- Situaciones de stock y movimientos de almacén.
  - Confirmación de entradas y de salidas.
  - Maestros: artículos, destinatarios, proveedores...
- Web para el seguimiento de envíos y gestión de incidencias con clientes, trazabilidad...

### Identificación

- Óptica: EAN 13, EAN 128, Entrelazado 2/5, CODE 39, PDF 417...
- Radiofrecuencia:
  - RFID Tags.
  - Gestión de lecturas RFID de muelles, carretillas, estanterías...
- Diseñador y generador de etiquetas de códigos de barras.



### B) Beneficios de un SGA

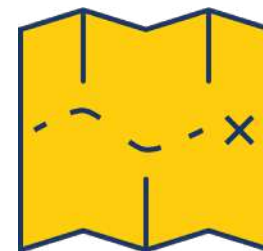
Sin la intención de ser exhaustivos:

- Dispondremos de más información y de mayor calidad.
- Mayor control y flexibilidad de las operaciones.
- Gestión integral del almacén.
- Inventario y trazabilidad continua.
- Simplificación de tareas y reducción de trabajos administrativos (75%).
- Gestión de múltiples almacenes.
- Logística inversa.
- Disminución de errores (entradas y envíos) y de las mermas de almacén.
- Incremento de la precisión en preparación de pedidos (97-99%).
- Incremento de la productividad (superior al 20%).
- Disminución del tiempo de respuesta del almacén.
- Plazos de entrega a clientes fiables.
- Rápido retorno de la inversión.
- Incremento de la capacidad del almacén.

- Mayor calidad en la documentación.
- Mejora del puesto de trabajo.

Podrían resumirse los motivos que justifican el uso de un sistema de gestión de almacenes revisando cinco datos:

1. Mejor aprovechamiento del espacio en un 20-30%.
2. Reducción de errores en un 90-97%.
3. Aumento de la productividad de la mano de obra (entre un 50 y un 60% de los operarios de pasan el tiempo caminando).
4. Aumento de la productividad en *picking* en un 16-25%.
5. Reducción de las devoluciones hasta en un 50%.



## Sistemas de identificación y captura de datos

### A) Simbología en código de barras

La simbología es considerada un lenguaje en la tecnología de código de barras. Permite a un escáner y al código de barras «hablarse de tú a tú». Cuando se lee un código de barras con un lector escáner, es la simbología la que permite que la información se lea de manera precisa y se traslade esa información a la impresora para ser impresa la etiqueta correspondiente.

Hay diferentes formas o presentaciones. Algunos son familiares porque se ven a diario, pero otros que son estándares en varias industrias: la industria de la salud, manufacturas, almacenes, etc. Cada una tiene terminología, única para su propio sector industrial, que no puede ser intercambiable. Existen muchos tipos de códigos de barras simplemente porque las simbologías están diseñadas para resolver problemas específicos. Se van a mostrar las más comunes con algunas características:

- **UPC/EAN.** Usado en objetos destinados al chequeo lineal. Los símbolos UPC son de longitud mixta, se usan en la venta al detalle y la industria alimenticia, y no se usa en otra. Se desarrollaron para cubrir necesidades de almacenaje.
- **CÓDIGO 39.** Se desarrolló porque algunas industrias necesitaban codificar el alfabeto, así como también números en un código de barras. El código 39 es la simbología más popular usada. No puede ser utilizado en el sector alimenticio, generalmente se utiliza para identificar inventarios y para propósitos de seguimiento en las industrias. Sin embargo, este código produce una barra relativamente larga y puede ser adecuada si la longitud es un factor a considerar.
- **Código 128.** Se utiliza cuando es necesaria una amplia selección de caracteres (más de los que puede proporcionar el código 39). Cuando la dimensión de la etiqueta es importante, este código es una buena alternativa porque es muy compacta, lo que resulta en un símbolo denso. Esta simbología se usa a menudo en la industria de envíos en la que el tamaño de la etiqueta es importante.





- **Entrelazado 2 de 5.** Otra simbología muy popular en las empresas de envíos. El entrelazado 2 de 5 es ampliamente usado por la industria del almacenaje también. Es una simbología compacta y vista en cajas de cartón corrugado que se utiliza para ser enviado al comercio en general.
- **Posnet.** Es solo para el Servicio Postal de Estados Unidos; esta simbología codifica los códigos postales para un procesamiento más rápido de entrega del correo.
- **PDF 417.** Conocido como un código de dos dimensiones, es una simbología de alta densidad no lineal. La diferencia entre este y otros códigos de barras, es que el PDF 417 es en realidad un archivo de información portátil (Portable Data File, PDF), lo opuesto a, simplemente, ser solo una referencia numérica. Un documento como este es interesante pues es un espacio suficiente para incluir información como nombre, foto, historial del comportamiento y alguna otra información. Además, el ancho de las barras y espacios repercute en un mayor espacio de impresión del código en cuestión.
- **European Article Number (EAN).** Es un sistema de barras adoptado por más de 100 países y cerca de un millón de empresas (datos de 2003). En 2005, la asociación EAN se fusionó con Uniform Code Council (UCC) para formar una nueva y única organización mundial identificada como GS1, con sede en Bélgica.

Los sistemas de identificación de cajas se dividen en dos tipos: los códigos de barras (lineales) y los datamatrix y PDF 417 (bidimensionales).

Los sistemas de impresión son de dos tipos:

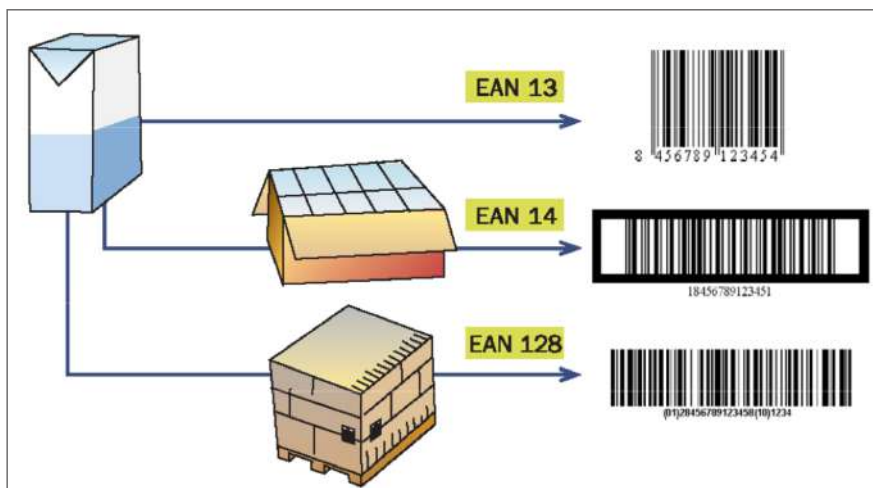
- Impresión en etiquetas.
  - Transferencia térmica (*ribbon*).
  - Térmica directa.
- Impresión sobre el *packaging*.
  - Inyección de tinta.
  - Láser.
  - Micropunción.

Entre los sistemas de lectura de código de barras se encuentran: lápices ópticos de lectura, escáneres CDD (ledes), escáneres láser de mano o fijos y escáneres (captura de imágenes).

## B) Códigos GS-1 (EAN)

**GS-1 128 unidad de envío.** La serie de códigos de barras pueden agruparse o separarse en varias series y contiene la descripción del elemento a identificar, no siendo necesario acudir a una fuente de información externa. Campos: identificación de la agrupación (01), fecha de caducidad (17), número de lote de seis caracteres numéricos (10).



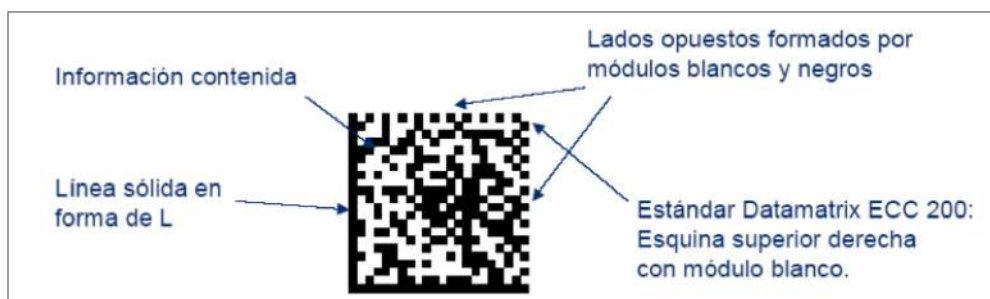


Una etiqueta EAN-128 debe cumplir obligatoriamente las siguientes condiciones: incluir la razón social de la empresa, información legible para el ojo humano, toda la información que se vaya a representar en barras puede ubicarse en una o más líneas de símbolos.

### C) Códigos bidimensionales

**Datamatrix.** La estructura de este código es:

- Matriz de puntos negros y blancos (formato binario).
- Símbolo cuadrado o rectangular.
- Dispone de un algoritmo de detección y corrección de errores Reed-Solomon, que permite leer con las máximas garantías, incluso en condiciones desfavorables (contiene información redundante que ayuda a recuperar la información en caso de fallo de lectura hasta un 35% de degradación según el lector).



**Sistema de identificación de radiofrecuencia.** El *Radio Frequency Identification*: RFID (lectura «a ciegas» y multilectura) es un método de control de mercancía basado en etiquetas electrónicas incorporadas en los artículos, capaces de emitir o responder a distancia por radiofrecuencia, información que identifica la mercancía que la transporta.

Un sistema RFID consta de los siguientes componentes: etiqueta/tag, antena, lector y sistema de proceso de datos (para mayor información sobre el sistema RFID, véase Tema 4).



## Glosario

### Embalaje

**Isotérmico:** Tipo de empaquetado que mantiene la temperatura dentro de unos parámetros determinados y lo hace por sí mismo, aunque el transporte utilizado no sea refrigerado.

## Glosario

**Cold chain:** Logística de la cadena de frío ininterrumpida en tiempo real.

## Glosario

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

## 5.2.2. Correos Frío

Correos Frío es un servicio de transporte en el que se controla la cadena de frío de los productos y se garantiza la entrega en perfecto estado. Esto se logra mediante el uso de **embalajes isotérmicos** sensorizados que garantizan la temperatura en rango hasta 120 horas y que monitorizan el contenido o mediante la utilización de vehículos isotermos y refrigerados para el transporte.

Vertientes de negocio principales:

- Farmacia y salud. Nuevas soluciones de transporte a temperatura controlada para el envío de productos farmacéuticos, vacunas, cosmética o salud, garantizando su seguridad y control.
  - **Cold chain.**
  - Farmacia hospitalaria.
- Alimentación. Transporte de productos frescos a temperatura controlada.
  - Distribución mayorista.
  - Servicios de proximidad.
  - E-commerce/Gourmet.
- Servicios puntuales.
  - Paq Frío para particulares.

### A) Farmacia y Salud

- Cold chain.
  - Características del servicio:
    - Transporte B2B.
    - Clientes: laboratorios.
    - Destino: hospitales, clínicas...
    - Producto: medicamentos, vacunas, muestras...
    - Transporte mediante cajas isotérmicas.
- Farmacia hospitalaria.
  - Características del servicio:
    - Transporte B2C.
    - Clientes: hospitales.
    - Destino: particulares.
    - Producto: medicamentos de farmacia hospitalaria.
    - Transporte mediante cajas isotérmicas o vehículos isotermos, refrigerados o frigoríficos.



- Servicio Cold Chain:

- Obligaciones:

- Asegurar la temperatura del transporte del producto entre los:
      - › 2-8 °C.
      - › 15-25 °C.
    - Sistema de trazabilidad:
      - › Monitorización de la temperatura.
      - › Seguimiento individualizado a nivel logístico.
    - Cumplimiento de las GDP (buenas prácticas de distribución) que son obligatorias por ley.
    - Validación de embalajes, cumplimiento del estándar necesario.
    - Adaptación de operaciones a *pharma*: locales, equipos y personal operativo.
    - Estar homologado por el laboratorio o la farmacéutica, que responden ante la AEMPS (Agencia Española del Medicamento y Productos Sanitarios).

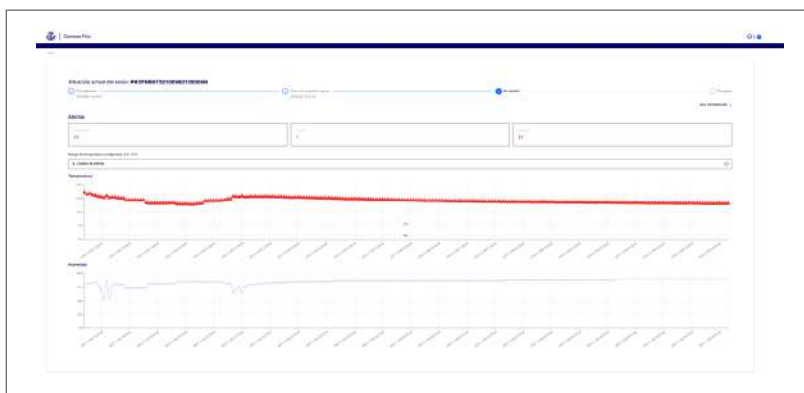
- Atributos del Paq Frío:

- Paq Premium Domicilio:
      - › Gestión en la entrega.
      - › Lista en 0 días.
    - Entrega en 24 horas.
    - Servicio de entrega a medida que permite escoger cuándo y dónde quiere el usuario que se recoja y entregue el producto.
    - Concertación de recogida y entrega.
    - Elección de franjas horarias.
    - Dos intentos de entrega en domicilio.
    - Valores añadidos opcionales: PEE, EED, valor declarado y reembolso.
    - Disponible para envíos con origen nacional peninsular, Baleares o Canarias, y destino nacional peninsular, Baleares, Andorra o Canarias.
    - Calidad, trazabilidad y tecnología. Tres modelos de cajas isoterma (pequeña, mediana y grande) con *datalogger*.

FARMA	PESO REAL (CAJA VACÍA) (KG)	CAPACIDAD NETA (LITROS)	MEDIDAS EXTERIORES (CM)	MEDIDAS INTERIORES (CM)
Caja pequeña	8,5	4,57	36×36×37	16,5×16,5×16,5
Caja mediana	13,4	11,69	42×43×43	22,6×22,6×22,6
Caja grande	17,9	22,18	47×47×48	28×28×28



- Mantenimiento de la cadena de frío hasta 5 días.
  - Tres rangos de temperatura.
  - Servicios adicionales: preparación, atemperación y entrega de las cajas.
- Registro y control de temperatura:
- Dos modalidades de trazabilidad de la temperatura (uso de *dataloggers*): *offline* y *online*.
  - Plataforma tecnológica para la gestión de los envíos y el control de la trazabilidad:
    - › Gráficas de temperatura.
    - › Panel de alarmas para las incidencias.



Gráficos en la plataforma de trazabilidad.

## B) Alimentación

- Distribución mayoristas:
  - Transporte B2B.
  - Clientes: Mayoristas/Distribuidores de productos de alimentación.
  - Destino: comercio minorista, colectividades y sector HORECA.
  - Producto: frutas, hortalizas, carne y pescado.
  - Transporte mediante vehículos isoterms, refrigerados o frigoríficos para su distribución.
- Última milla. Servicios de proximidad:
  - Transporte B2C.
  - Clientes: comercios minoristas de proximidad, mercados de abastos...
  - Destino: particulares.
  - Producto perecedero.
  - Transporte mediante vehículos isoterms, refrigerados o frigoríficos para su distribución.
- E-commerce/Gourmet:
  - Transporte B2B y B2C.
  - Clientes: Correos Market, tiendas *online* (clientes de e-commerce), productores gourmet.



## Glosario

**HORECA:** Acrónimo que hace referencia a las dos primeras letras de «hoteles, restaurantes y cafeterías».

- Destino: hostelería, empresas y particulares.
- Producto perecedero.
- Transporte mediante cajas isotérmicas o vehículos isotermos, refrigerados o frigoríficos para su distribución.

El servicio de distribución de mayoristas se caracteriza, además, por:

- Plataforma tecnológica para la gestión de recogidas y entregas.
- Solución de transporte a temperatura controlada a través de la utilización de vehículos isotermos, refrigerados o frigoríficos.
- Sistemas de trazabilidad de todo el proceso.
  - Servicios de valor añadido: logística inversa, entrega por la tarde, franjas horarias...

Los servicios de proximidad se estructuran en cinco etapas:

1. El comprador realiza su pedido telefónicamente o a través de WhatsApp.
2. El comercio accede a la web de Correos Proximity y detalla la dirección de entrega de su cliente, y la velocidad de entrega.
3. Se genera una etiqueta de Correos Frío con la modalidad de entregas seleccionada y una orden de recogida.
4. Correos se desplaza hasta la dirección del comercio con un vehículo isotermo o refrigerado y recoge los pedidos generados.
5. El cartero de Correos se desplaza hasta el domicilio del cliente y realiza la entrega del producto perecedero.

Este apartado de alimentación se cierra con el servicio cold chain e-commerce y muestras. Se trata de una solución de transporte a temperatura controlada a través de la utilización de cajas isotérmicas para garantizar la cadena de frío, que cuenta con un sistema de trazabilidad durante todo el proceso y que cuenta con varios servicios de valor añadido: logística inversa, entrega por la tarde, franjas horarias...

- Atributos del Paq Frío:
  - Paq Premium Domicilio:
    - Gestión en la entrega.
    - Lista en 0 días.
  - Entrega en 24 horas.
  - Servicio de entrega a medida que permite escoger cuándo y dónde quiere el usuario que se recoja y entregue el producto.
  - Concertación de recogida y entrega.
  - Elección de franjas horarias.
  - Dos intentos de entrega en domicilio.
  - Valores añadidos opcionales: PEE, EED, valor declarado y reembolso.
  - Disponible para envíos con origen nacional peninsular o Baleares, y destino nacional peninsular, Baleares y Andorra.

- Calidad, trazabilidad y tecnología. Tres modelos de cajas isoterma (pequeña, mediana y grande) con *datalogger*.
- Mantenimiento de la cadena de frío hasta 48 horas.
- Cobertura total en tipos de servicio: congelado, refrigerado, ambiente.
- Trazabilidad de la temperatura (uso de *dataloggers*): *offline*.

ALIMENTACIÓN	PESO REAL (CAJA VACÍA) (KG)	CAPACIDAD NETA (LITROS)	MEDIDAS EXTERIORES (L x A x H) (MM)	DIMENSIONES DE CARGA ÚTIL (L x A x H) (MM)
Caja pequeña	9,7	9,2	450 x 450 x 350	283 x 183 x 178
Caja mediana	14,2	21,1	450 x 450 x 430	283 x 283 x 263
Caja grande	22,8	52,2	680 x 490 x 440	590 x 340 x 260

- Plataforma tecnológica para la gestión de los envíos y el control de la trazabilidad.
- Gráficas de temperatura.
- Panel de alarmas.



### C) Servicios puntuales (particulares)

- Atributos del Paq Frío:
  - Paq Premium Domicilio:
    - Gestión en la entrega.
    - Lista 0 días.
  - Servicio de entrega a medida que permite escoger cuándo y dónde quiere el usuario que se recoja y entregue el producto.
  - Concertación de recogida y entrega.
  - Elección de franjas horarias.
  - Dos intentos de entrega en domicilio y permanencia en lista 0 días.
  - Valores añadidos opcionales: PEE, EED, valor declarado y reembolso.
  - Disponible para envíos con origen nacional peninsular o Baleares, y destino nacional peninsular, Baleares y Andorra.

### 5.2.3. Otros negocios

A lo largo de sus más de 300 años de historia, Correos ha ido atesorando un patrimonio inmobiliario muy disperso y variado a lo largo de la geografía española, el cual ha servido como elemento vertebrador y de cohesión social para la prestación del servicio postal universal. Ese patrimonio tiene una extensión aproximada de más de 1.600.000 m<sup>2</sup> de superficie.

Dentro del mismo podemos indicar que hay inmuebles en propiedad, alquilados, cedidos, otorgados por concesiones administrativas y cesiones. Los inmuebles en propiedad son aquellos que Correos ha ido incorporando a su patrimonio por la adquisición del mismo o mediante la incorporación a la sociedad a través de Patrimonio del Estado; los alquilados son arrendamientos que Correos ha tenido que llevar a cabo por las necesidades del servicio; por su parte, las concesiones administrativas y los cedidos suelen ser por acuerdos formalizados con distintas Administraciones para facilitar la instalación de Correos en algunas de sus dependencias, con el fin de poder dar mejor servicio a su ciudadanía. Los aportados son espacios que el propio empleado de Correos aporta para poder atender al público. El mayor número de los inmuebles lo representan los que son en propiedad.

Entrando más en detalle, respecto a los usos que Correos presta en los inmuebles antes citados, podemos comprobar que la prestación del servicio se da desde centros logísticos, edificios principales, oficinas y sucursales, unidades de distribución y almacenes.

También disponemos de viviendas que, aun cuando no son parte activa para la prestación del servicio, sí son parte integrante del patrimonio de Correos y de su historia más reciente de la compañía, pues estaban destinadas a viviendas del personal funcionario de Correos y personal funcionario de Telégrafos.

### Situación actual

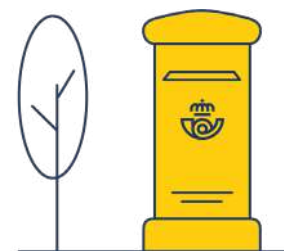
Desde el nacimiento de Correos, su actividad ha estado ligada al postal tradicional, por lo que las necesidades de sus emplazamientos, características y ubicaciones estaban muy condicionadas al ámbito de su actividad. La disminución de este tipo de producto y las nuevas formas de consumo, con el incremento de manera exponencial del e-commerce, hacen necesariamente que haya que realizar una transformación del patrimonio inmobiliario en este sentido.

Por tanto, el patrimonio inmobiliario debe estar orientado hacia el nuevo modelo de negocio que supone el comercio digital y las nuevas prestaciones accesorias que demanda la sociedad, tales como registro electrónico OVRE, espacio de almacenamiento en la nube, servicios de pagos de recibos, etc. Además, la cartera de servicios y prestaciones al público deben ser más amplios y variados, por lo que la fisonomía del espacio y del mobiliario donde se desarrolla la actividad debe ser más versátil y flexible.

Para conseguir esta nueva fisonomía del espacio de la actividad y del mobiliario, se actúa mediante obras, reformas y mejoras en los emplazamientos, reubicaciones, redistribuciones, nuevo mobiliario etc.

De una forma detallada, las acciones que Correos lleva a cabo en este aspecto son:

- Gestión del patrimonio de Correos. Suele ser el punto de partida para iniciar cualquier actuación en materia patrimonial. La variedad de gestiones y actuaciones dentro de la misma es muy diversa, yendo desde el inicio de búsqueda de un nuevo emplazamiento para una oficina o unidad de reparto, hasta la gestión de la compra o venta del patrimonio, permutas, arrendamientos, renovación (o renegociación) de arrendamientos o necesidad





de actuación sobre un inmueble, sin olvidar los cambios de usos urbanísticos con ayuntamientos y comunidades autónomas. Es un área con un equipo técnico muy cualificado y con gran capacidad de gestión en la negociación. El equipo de personas que lo componen, la mayoría, se encuentra en sede central, pero también hay personal en las distintas áreas territoriales que aportan experiencia y visión de la gestión inmobiliaria más próxima.

- Llevar a cabo la actuación, propiamente dicha, en el activo. La ejecución se puede llevar a cabo, desde el punto de vista técnico, por medios propios redactando y haciendo el proyecto, o bien, por medio de la contratación de una asistencia técnica que facilite llevar a cabo el proyecto. En este último caso, el equipo del área de obras se encarga de hacer las comprobaciones previas a los proyectos así como las demás actuaciones vinculadas con las obras, velar por el cumplimiento de la normativa que le es de aplicación y hacer un seguimiento y control de la obra o actuación hasta la finalización de la misma. El área la componen arquitectos, aparejadores, ingenieros, delineantes y personal administrativo que sirve de apoyo al área.
- El control y supervisión de todas las edificaciones, instalaciones y equipamientos de Correos. En resumen, lleva el mantenimiento integral de toda la compañía. El ámbito de actuación es muy amplio: mantenimiento de los edificios, limpieza, motorización, balanzas, buzones, reparación del mobiliario, eficiencia energética, climatización, maquinaria, obras menores, etc. Es un departamento transversal para toda la organización, cuya importancia es vital para conseguir ser más eficientes. Es una apuesta clara de futuro para la mejora de nuestros emplazamientos. El personal de esta área se encuentra repartido por todo el territorio, lo que hace que sean conocedores de primera mano del estado real del inmueble o de las instalaciones que en él se encuentran. La ejecución del mantenimiento o reparación se lleva a cabo por empresas mantenedoras especializadas, pero el control y seguimiento lo lleva el equipo de mantenimiento que es quien da conformidad a la actuación realizada. También gestionan el control sobre el presupuesto asignado.



# Tema 6

---

Herramientas. Funciones y utilidad

# Contenido

## Introducción

### 6.1. Aplicaciones básicas de gestión

- 6.1.1. IRIS (información de recursos informáticos y sistemas)
- 6.1.2. SGIE (Sistema de Gestión Integral de Envíos)
- 6.1.3. Minerva

### 6.2. Otras aplicaciones de Oficinas

- 6.2.1. SEDI (Sistema de Envío de Dinero)
- 6.2.2. SGTC (Sistema de Gestión de Tarjetas de Cliente)
- 6.2.3. Quenda
- 6.2.4. WUPOS
- 6.2.5. Hermes

### 6.3. Dispositivo PDA

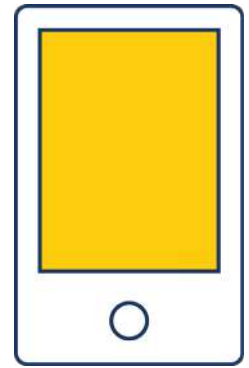
- 6.3.1. Acceso a la PDA
- 6.3.2. Principales funcionalidades personal de reparto
- 6.3.3. Aplicaciones dispositivo PDA

### 6.4. Aplicaciones gestión de responsable

- 6.4.1. SIGUA
- 6.4.2. CRM. Gestión de relaciones con el cliente
- 6.4.3. SIE (información estadística)
- 6.4.4. GPVO (Suministros)

## Introducción

Correos dispone de diferentes herramientas destinadas a facilitar la labor de sus empleados en sus distintos roles dentro de la compañía y a las tareas a desarrollar. Entre estas herramientas se encuentran las siguientes aplicaciones:



### Aplicaciones básicas de gestión

- **IRIS (Información de Recursos Informáticos y Sistemas):** herramienta informática que permite la admisión y venta productos en las oficinas del territorio nacional.
- **SGIE (Sistema de Gestión Integral de Envíos):** sistema informático en puesto fijo que permite gestionar las operaciones realizadas sobre envíos registrados o con trazabilidad a lo largo de todo el flujo logístico, tratamiento, curso y distribución.
- **Minerva:** sistema que reúne el conjunto de operativas ligadas a la trazabilidad y apoyo a la producción del proceso logístico y de distribución de Correos.
- **SICER (Sistema de Información y Control de Envíos Registrados):** sistema informático que permite, a las entidades o instituciones que emiten remesas masivas de certificados o notificaciones, recibir por vía telemática la información de qué envíos se han entregado y cuáles se han devuelto, con el detalle del motivo de su devolución, junto con la fecha de cada estado.

### Otras aplicaciones de oficina

- **SEDI:** es el Sistema de Envío de Dinero que utilizan las Oficinas de Correos.
- **SGTC:** el Sistema de Gestión de Tarjetas de Cliente permite realizar una serie de operaciones de la gestión de tarjetas (alta de cliente, modificación de datos, cancelación de contrato, anulación de la tarjeta o sustitución de la tarjeta). Además permite emitir facturas a los clientes con tarjeta de una operación realizada en IRIS.
- **Quenda:** a través de la aplicación Quenda, se accede al Gestor de Turnos, que es la herramienta que permite controlar el tiempo de espera de los clientes en las Oficinas.
- **WUPOS:** Correos tiene concertada con Western Union la transferencia de dinero entre nuestras oficinas y los países que prestan el servicio de «Transferencia de dinero en minutos» (*Will Call*). A través de la aplicación WUPOS, el cliente puede enviar y retirar dinero en cualquiera de las oficinas de Correos en más de 200 países con los que opera Western Union.
- **Hermes:** aplicación que permite la venta de productos de la ONCE.

### Aplicaciones del dispositivo PDA

- **Hera:** es la aplicación que utiliza el personal de reparto en la PDA para la admisión de envíos y la prestación de servicios.
- **TALOS/CORE:** son las aplicaciones que utiliza el personal de reparto en la PDA para la entrega de los productos registrados y con trazabilidad.
- **MILLA:** es la aplicación que permite documentar a través de la PDA la identidad del conductor, el kilometraje y repostaje realizados por el vehículo.



- **Talina:** en las operaciones de admisión y entrega de envíos en las **Oficinas de Correos**, en periodos extraordinarios como procesos electorales o revisiones catastrales de los Ayuntamientos, se produce una gran afluencia de clientes. Para atender esa demanda puntual, las Oficinas cuentan con terminales portátiles (PDA), como los que se usan en las unidades de distribución, para tratar los envíos a través de la aplicación TALINA.

#### Aplicaciones de gestión de los responsables:

- **SIGUA:** la aplicación SIGUA garantiza que solo aquellas personas que previamente han sido autorizadas puedan acceder a los sistemas corporativos.
- **CRM (Customer Relationship Management):** estrategia que centra sus esfuerzos en el conocimiento de los clientes mediante el análisis de la información extraída desde los diferentes canales o medios de comunicación, con el fin de detectar sus necesidades y de aumentar su grado de satisfacción y su fidelidad a Correos.
- **SIE (información estadística):** la aplicación estadística SIE permite la grabación del número de envíos y la consulta de una serie de informes. En ella se puede acceder tanto a los datos grabados en el día como a los de cada fecha y a las respectivas acumulaciones mensuales y anuales que diariamente se cargan.

- **GPVO (Suministros):** se trata del Sistema de Gestión de Productos de Venta en Oficina (GPVO). Esta aplicación permite conocer la información relacionada con las liquidaciones y redistribuciones pendientes de la oficina.

## 6.1. Aplicaciones básicas de gestión

### 6.1.1. IRIS (información de recursos informáticos y sistemas)

#### Acceso

Para acceder a la aplicación IRIS, el empleado o empleada necesita estar registrado en la base de datos del sistema y disponer de un Usuario y de una Contraseña. La pantalla inicial de IRIS cuenta con un menú a la izquierda donde se muestran todas las funcionalidades de la herramienta:



## Funciones

La aplicación IRIS es una herramienta informática que permite la admisión y venta productos.

A través de IRIS los usuarios pueden realizar desde admisiones de diversos productos (cartas, paquetería, envío de dinero, etc.) hasta la venta de sobres, embalajes y productos o servicios.

La información de los productos registrados que se admiten en IRIS se transfiere a otros sistemas de Correos, garantizando la trazabilidad y seguimiento del envío, permitiendo que el cliente final pueda conocer en todo momento en qué lugar y situación está su envío.

IRIS se puede dividir en varios bloques:

- **Admisión/Venta:** en este bloque se engloban las admisiones y ventas de los productos que ofrece Correos. También se podrá realizar la gestión del dinero que entra y sale de la oficina, ya sea de la caja o de la cuenta bancaria que tiene asignada cada oficina. Dentro del bloque «Admisión» es importante diferenciar dos tipos de admisiones:
  - **Admisión particular:** se trata del tipo de admisión realizada desde la red de oficinas desplegadas en el territorio nacional.
  - **Admisión masiva:** se trata del tipo de admisión realizada desde los Centros de Admisión Masiva, a través de máquinas de clasificación automatizada, que dan servicio a clientes grandes con contrato firmado a través de la red comercial con Correos.





- **Gestión Contable/Funcional:** en este bloque se engloban las distintas operaciones de gestión contable y funcional que pueden realizar los usuarios, dependiendo del rol que tengan asignado.

El responsable de oficina puede acceder a la aplicación como un usuario más, pero su rol en IRIS es específico. El menú de gestión le permite realizar acciones de control contable que no pueden hacer los empleados de oficina. Es quien abre las cajas, facilita el dinero para cambios a cada usuario, lleva un control de los productos de almacén y gestiona todas las entradas y salidas de dinero de la oficina por medio del balance.

## Utilidades

IRIS está compuesta por la siguiente estructura funcional:

- Admisión.
- Venta.
- Gestión de caja.
- Gestión contable.

## ADMISIÓN

### 1. Cartas

The screenshot shows the IRIS application interface for postal services. The top navigation bar includes the 'Correos IRIS' logo, the user's role 'OFICINA ENVÍO DE DINERO', and the current date and time '2843194 26/04/2022 10:27:22'. The main menu is on the left, and the right sidebar contains various service-related options like 'Servicios Relacionados', 'Últimos Servicios', 'Cliente Tarjeta', 'Nuevo Cliente', 'Total Bolsa', and 'Gestor Turnos'.

The main content area is titled 'Envíos Postales' and is divided into 'Cartas' and 'Paquetes'. The 'Cartas' section is active, showing the 'Características del envío' form. The form includes fields for 'Peso' (112 gr), 'Ámbito' (Península y Baleares), 'CP' (28034), 'Destino' (ESP), and 'País' (ESPAÑA). There are also checkboxes for 'Modalidades' (Aviso de recibo, Reembolso, Asegurado) and 'Info. Envío' (No normaliz., ¿Tiene Mercancías Peligrosas?). A section for 'Envíos compaunes' shows four options: Ordinaria (2,70), Urgente (7,03), Certificada (6,45), and Urg.Certificada (11,57). The 'Gestor Turnos' section is set to 'Automático'.

2. Paquetes

**Características del envío**

**Peso:** 500 gr

**Ámbito:** Península y Baleares

**CP:** 28034

**Destino:** ESP (ESPAÑA)

**País:** ESPAÑA

**Modalidades:**  Aviso de recibo,  Reembolso,  Asegurado,  Pack Libre Servicio

**Info. Envío:**  No normaliz.,  S  N

**¿Tiene Mercancías Peligrosas?**  S  N

**Envíos compatibles:**

15,00 Paq. Azul	Int. Premium	12,75 Paq. Estándar
Int. Standard	Int. Económico	12,75 Log. Inversa
Int. Light	Paq. Ligero	14,30 Paq. Premium

3. Línea Económica

**Características del envío**

**Peso:** gr

**Ámbito:** Península y Baleares

**País:** ESP (ESPAÑA)

**Productos:** CECOGRAMA, LIBROS, LIBROS CON TARJETA, PUBLICORREO OPTIMO, PUBLICORREO PREMIUM, PUBLICORREO INTERNACIONAL, PUBLICACIONES PERIODICAS, PUBLI. PER. P.POLITICOS Y SINDICATOS, PUBLIBUZON

Importe		Franqueo inicial unitario	
Nº envíos	1	Franqueo inicial	0,00
Precio base	0,00	Falta franqueo	0,00
Aviso de recibo	0,00	<b>Total a pagar</b>	<b>0,00</b>
Certificada	0,00		
Tempo	0,00		
Pre. Envíos	0,00		
Selec. Sectores	0,00		
<b>Total</b>	<b>0,00</b>		

#### 4. Burofax/Telegrama

OFICINA ENVÍO DE DINERO 2843194 26/04/2022 10:42:55

Inicio > Admisión > Burofax/Fax

Alta Fax

**Datos**

Fecha de imposición: 26/04/2022 Tipo: BP

Hora de impos.: 10:42 Nº Fax: 0 Nº Página: 0

Admi. Múltiple  Pago Diferido

Envío Formulario por Email Email: \_\_\_\_\_

Entrega Digitalizada  Entrega Postalizada

**Datos Destino**

País Destino: ESP ESPAÑA

Nombre: \_\_\_\_\_ Apellidos: \_\_\_\_\_

Dirección: \_\_\_\_\_ C.P.: \_\_\_\_\_

Teléfono/Fax: \_\_\_\_\_ Provincia: \_\_\_\_\_

Oficina: \_\_\_\_\_ Destino: \_\_\_\_\_

Email: \_\_\_\_\_ Teléfono móvil: \_\_\_\_\_

Recibido Cliente  Custodia 60 meses  Custodia 120 meses

Acuse Recibo  PEE  PEF  Email Verificado  Prueba evidencias

SMS Verificado  C.Certificada

Total	
Importe Neto	0,00
Valores Añadidos	0,00
Impuesto	0,00
<b>Total</b>	<b>0,00</b>

#### 5. Envío de Dinero

OFICINA ENVÍO DE DINERO 2843194 26/04/2022 10:45:01

Inicio > Admisión > Envío Dinero > Comparador

Comparador de Envíos de Dinero

**Admisión de Envíos de Dinero**

País Destino: ESPAÑA Importe a Pagar Destino: 100,00 Divisa: EURO

Paquete	Importe a Pagar Destino	Importe a Cobrar Oficina	Divisa
<b>Giro Nacional Envío Giro inmediato</b> CORREOS 0 MINUTOS Metalico SMS Destinatario: 0,58€ SMS Remitente: 0,58€ SMS al Destinatario y Remitente: 0,88€ Importe Girado: 100,00€ Tasa Fija: 4,00€ Derechos: 2,00€ <b>106,00€</b>	<b>Giro Nacional Envío Orden de ingreso en cuenta</b> BANCO 72 HORAS Abono en cuenta Importe Girado: 100,00€ Tasa Fija: 3,05€ Derechos: 2,00€ <b>105,05€</b>	<b>Giro Nacional Envío Giro ordinario de entrega en domicilio</b> CORREOS 1 DIAS Metalico Envío Domicilio: 0,00€ Importe Girado: 100,00€ Tasa Fija: 12,10€ Derechos: 2,00€ <b>114,10€</b>	EURO

## 6. Albaranes

## VENTA

### Venta de productos y servicios

#### 1. Productos



2. Servicios de terceros

OFICINA ENVIO DE DINERO 2843194 26/04/2022 11:15:24

Inicio > Llamadas a sistemas externos

Llamadas a sistemas externos

**Gestión o Venta a través de Sistemas Externos**

Clasificación	
<input type="radio"/> AMB - AREA METROPOLITANA	Todas
<input type="radio"/> CAMINO SANTIAGO	Admisiones terceros
<input type="radio"/> CORREOS EXPRES	Dinero
<input type="radio"/> CORREOS MARKET	Energia
<input type="radio"/> Correos Telecom	Herramientas oficina
<input type="radio"/> ENTRADAS Y VIAJES	Ocio y loterías
<input type="radio"/> EQUIPAMIENTO POSTAL	Servicios Digitales
<input type="radio"/> ESTADISTICA	Telefonía
<input type="radio"/> GIFTCARDS	
<input type="radio"/> IDENTIFICACION PRESENCIAL	
<input type="radio"/> ONCE - VENTA ELECTRONICA	
<input type="radio"/> ORVE	
<input type="radio"/> PORTAL ENTIDADES COLABORADORAS	
<input type="radio"/> PREVENCION BLANQUEO CAPITALES	
<input type="radio"/> Recargas moviles TELECOR	
<input type="radio"/> RECLAMACIONES	
<input type="radio"/> RIA - DIVISAS	
<input type="radio"/> SERVICIO ENVIO DE DINERO	
<input type="radio"/> SERVICIOS DIGITALES	
<input type="radio"/> SUMINISTROS	
<input type="radio"/> TARJETA CLIENTE + CERCA	
<input type="radio"/> TARJETA PREPAGO LOL	
<input type="radio"/> TRANSPORTE DE FONDOS	
<input type="radio"/> WESTERN UNION	

Servicios Relacionados

Últimos Servicios

Cliente Tarjeta

Nuevo Cliente

Total Bolsa

Cobrar Bolsa

Gestor Turnos

Automático

3. Servicios de Correos

OFICINA ENVIO DE DINERO 2843194 26/04/2022 11:19:17

Inicio > Admisión > Otros Servicios > Buzón de Vacaciones

Alta de Buzón de Vacaciones

**Buzón de Vacaciones**

Código de Oficina: 2843194      Fecha de Registro: 26/04/2022

Ámbito: NACIONAL

Duración: 1 SEMANA      Importe: 12,75

Aceptar      Cancelar

Servicios Relacionados

Últimos Servicios

Cliente Tarjeta

Nuevo Cliente

Total Bolsa

## GESTIÓN DE CAJA

Todas las operaciones que se realizan en las oficinas de Correos se reflejan en las cajas contables de cada oficina.

- 1. Apertura de caja.** El responsable de oficina realiza la apertura de la caja central de la oficina y la apertura de la caja individual de cada uno de los empleados que tiene su oficina. Es el único que puede abrir la caja central de la oficina.
- 2. Cierre de Caja Usuario/Oficina.** Cada usuario de la oficina tiene que cerrar su caja al finalizar su jornada. Si no lo hace, el responsable de oficina podrá realizar esta operación. No se puede realizar el cierre de una caja mientras haya bolsas de compra pendientes para un usuario. Una vez que se hayan cerrado todas las cajas de usuario se cierra la caja central de la oficina.

OFICINA ENVIO DE DINERO 2843194 26/04/2022 11:36:28

**Cierre Caja**

Usuario: OFICINA Fecha: 26/04/2022 Buscar

**Datos cierre de caja**

	Nº Env.	Importe			Prefranqueo	Devoluciones	Total Tarjeta	Total Tarjeta Prepago	Total metálico	Total cheque
		Ventanilla	Aplicación	Definitivo						
<b>Cantidad inicial</b>								89,67		
+ Envío de dinero	0	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
+ Recarga móviles	0	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
+ Sgie	0	0,00	-,-	-,-	-,-	-,-	-,-	-,-	-,-	-,-
+ Western Union	0	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
+ Correos On Line	0	0,00	-,-	-,-	-,-	-,-	-,-	-,-	-,-	-,-
+ Loterías	0	0,00	-,-	-,-	-,-	-,-	-,-	-,-	-,-	-,-
+ Cobros D.G.T.	0		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
+ Cobro recibos	0		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
+ Telegramas	0		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
+ Fax	0		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

Guardar Caja Cerrar Caja Imprimir Borrado Gran T. Cancelar

## GESTIÓN CONTABLE

Representa la situación contable de la oficina. Esta gestión la realiza el responsable de la oficina.

- 1. Balance de tesorería.** Muestra la situación contable de la oficina al final del día. Se divide en entradas (ingresos) y salidas (pagos).





- 2. Gestión de bancos.** Registro de los movimientos bancarios realizados en las cuentas de la oficina dentro de la gestión contable.

## OTRAS FUNCIONALIDADES

- 1. Mantenimiento.** Todas las funcionalidades de la aplicación tienen su respectivo mantenimiento, a través del cual el usuario puede consultar, modificar o dar de baja el producto admitido.
- 2. Listados.** Se ponen a disposición de los usuarios de oficina y de usuarios con perfiles especiales una serie de listados e informes, donde se recoge información de las operaciones que se han realizado en las oficinas en un periodo determinado.

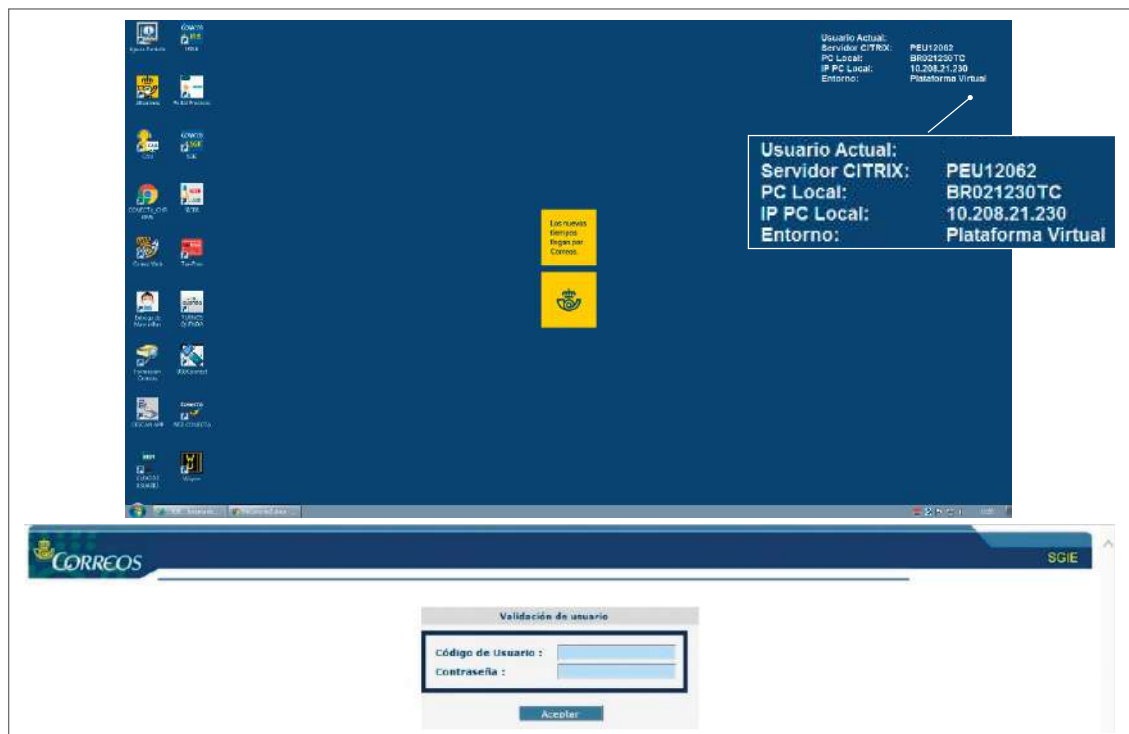
### 6.1.2. SGIE (Sistema de Gestión Integral de Envíos)

#### SGIE para distribución

El **Sistema de Gestión Integral de Envíos** (SGIE) es una herramienta informatizada que permite gestionar las operaciones que se realizan sobre los envíos dentro de los procesos del flujo postal relativos a la clasificación, tratamiento, curso, distribución y entrega. Para acceder a SGIE, es indispensable solicitar previamente un perfil de acceso a través de SIGUA (<https://sigua.correos.es>).

#### Acceso

Para acceder a SGIE hay que introducir el usuario corporativo y la contraseña.



Se dispone de tres intentos para acceder a SGIE, al cuarto intento el usuario queda bloqueado por razones de seguridad. Para poder desbloquearlo, se tendrá que contactar con **el administrador de usuarios** para que realice un desbloqueo manual.

SGIE cuenta con diferentes perfiles (usuario básico, administrador, zonal, nacional) que pueden acceder a la información para consultarla o modificarla, dependiendo del puesto desempeñado.

### Principales funcionalidades de SGIE para distribución

Las principales funcionalidades de SGIE para unidades de distribución son las siguientes:

- **Asignación a reparto.** Este proceso permite asignar a la sección correspondiente los envíos que llegan a la Unidad de Reparto. Actualmente este proceso lo realiza el personal de reparto directamente a través de la **PDA**. Se dan de alta a través de SGIE los envíos que quedan pendientes de reparto en la unidad.
- **Liquidación sección reparto.** La liquidación de una sección se realiza cuando el personal de reparto haya finalizado el reparto, esté de nuevo en la unidad y haya hecho la liquidación de los envíos en la PDA.
- **Control y consultas.** Para realizar una consulta de los envíos.
- **Buzón electrónico.** Desde él se realiza la recepción, el tratamiento y la gestión de los productos telegráficos y otras órdenes de trabajo.
- **Gestión de estacionados.** La gestión de estacionados es un valor añadido que permite al remitente la gestión individualizada de todas aquellas incidencias que se puedan presentar antes o después del reparto domiciliario y que impiden la entrega al destinatario.
- **Reetiquetar envíos.** Esta opción permite generar una nueva etiqueta para:
  - Envíos que se van a repartir en otra unidad.
  - Envíos devueltos al Centro de Tratamiento trabajados en «Gestión de Estacionados».
  - Envíos devueltos por orden del remitente y que sea de una familia reetiquetable.
- **Entrega directa Citypaq.** Sirve para asignar un envío dirigido a un terminal automatizado.



### Glosario

#### **PDA (Personal Digital Assistant – Asistente Digital Personal):**

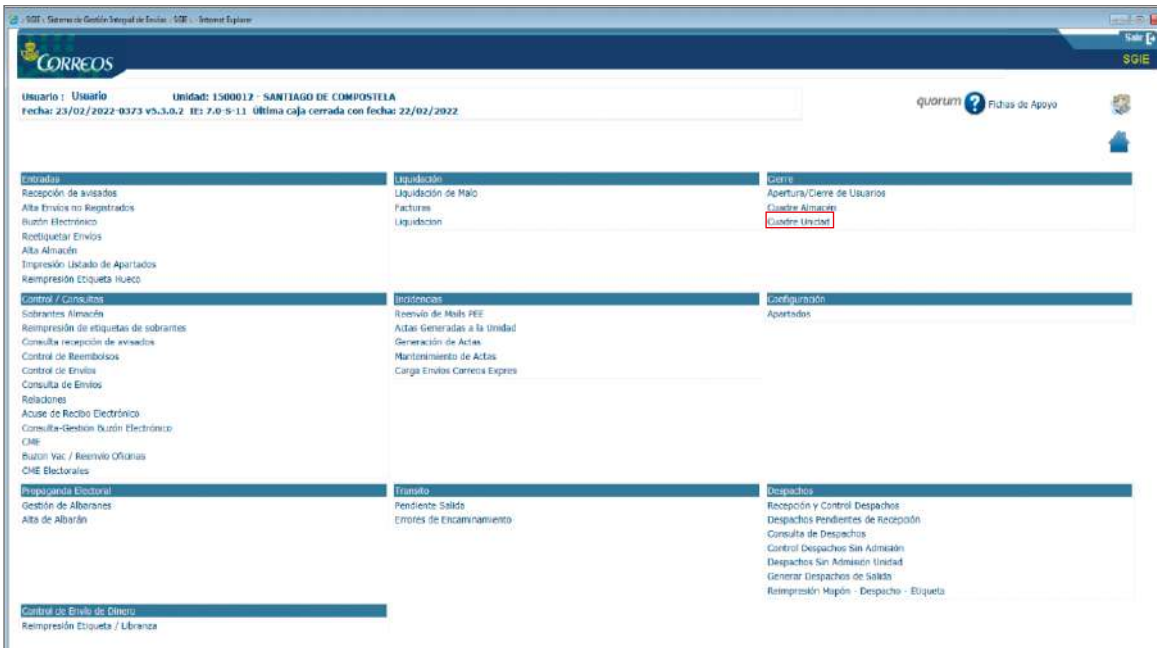
Organizador personal o agenda electrónica de bolsillo, en esencia, una computadora «de mano» originalmente diseñada como agenda personal electrónica con un sistema de reconocimiento de escritura.

CORREOS			SGIE
Usuario : Ana      Unidad: 1103696 - ALGECIRAS UNIDAD DE REPARTO 1 Fecha: 17/04/2020-375a v4.14.0.0 IE: 7.0-S-11			Portal de Procesos Distribución
<b>Entrada</b> Asignar a Sección Reparto Alta en Unidad Reparto Recepción y Control Despachos Reimpresión Documentos de Reparto Impresión Avisos Buzón Electrónico Reestiquetar Envíos Asignación a Sección Electoral Control de pallets Alta Envíos no Registrados	<b>Liquidación</b> Liquidación Sección Reparto Liquidación Servicios Liquidación Envíos Reparto Asignación Receptor Regularización Burofax Corrección Errores Liquidación Gestión Estacionados Liquidación de Servicios Individual	<b>Cierre</b> Arqueo de Caja Gestión Despachos de Salida Gestión de Conducciones Reimpresión Mapón - Despacho Importes Liquidados en Reparto Listado de Cierres de Reparto Cierre de Reparto Controles de Cobro sin Confirmar	
<b>Incidencias</b> Modificación de Envíos Cargar Importes de Envío Actas Generadas a la Unidad Generación de Actas Mantenimiento de Actas Consulta de Actas Informe de Actas Desestacionado de Envío Liberar reparto en PDA Eliminación de envío en PDA Notificaciones Faltantes	<b>Control / Consultas</b> Cuadro de Alarmas Situación Actual de la Unidad Cuadro Mando Notificaciones Consulta Liquidación Actual de la Unidad Despachos Pendientes de Recepción Sobrantes Reparto Rural Importes Pendientes de Liquidar en Reparto Control de Envíos Consulta de Envíos Consulta de Despachos Consulta-Gestión Buzón Electrónico Buzones de Vacaciones / Reenvíos Postales	<b>Configuración</b> Unidad Usuarios Carteros Destinatarios Habituales Mantenimiento Grupos Secciones Mantenimiento Secciones Desbloqueo de Secciones Conducciones Destinos Parametrización Destinos Valijas Ruta de Valijas Sectores de Almacén Estacionados Callejero Mesas Electorales Impresión Códigos Impresión Destinos Guía de Ayuda	
<b>Valijas</b> Entregas Recogidas	<b>Propaganda Electoral</b> Gestión de Distribución	<b>Publicorreo</b> Gestión de Campañas	
<b>Racogidas</b> Consulta Servicio Consulta OR Consulta SR	<b>CME</b> CME CME Electorales	<b>CITYPAQ</b> Entrega Directa en Terminal Automatizado Consulta Huecos TAP Consulta usuarios de CityPac	

## Funciones SGIE para unidades de entrega en oficina (UEO)

Las principales funcionalidades de SGIE para unidades de entrega en oficina son:

- **Recepción de avisados.** Todos los envíos registrados que lleguen de las distintas unidades para su entrega al destinatario.
- **Alta de envíos no registrados.** Son aquellos envíos no registrados que por sus dimensiones o peso no tienen entrega domiciliaria.
- **Liquidación de envíos.** Desde esta funcionalidad se informa el resultado de la entrega de envíos (entrega, caducado o devuelto/rehusado).
- **Consulta de envíos.** Desde esta funcionalidad se recupera información sobre la situación de los diferentes envíos introducidos en el sistema.
- **Cuadre de la unidad.** Se puede obtener el cuadro de la unidad de envíos con importes y el cuadro de almacén. Permite controlar los envíos que se encuentran en el almacén pendientes de entrega.
- **Cierre de usuario.** El usuario de la Unidad de Entrega desbloquea y bloquea su puesto para realizar operaciones contables en una fecha.



### 6.1.3. Minerva

Minerva es el sistema que reúne el conjunto de operativas ligadas a la trazabilidad y apoyo a la producción del proceso logístico y de distribución de Correos.

Se trata de un servicio de tratamiento de información en tiempo real en la nube para la gestión de los envíos en todo el circuito logístico, con una fuente única de datos que recoge la información de principio a fin. Da respuesta a necesidades de negocio ofreciendo soluciones con alta usabilidad e impacto y automatización en su operativa.

Es un sistema desplegado bajo tecnología Big Data y Cloud AWS.

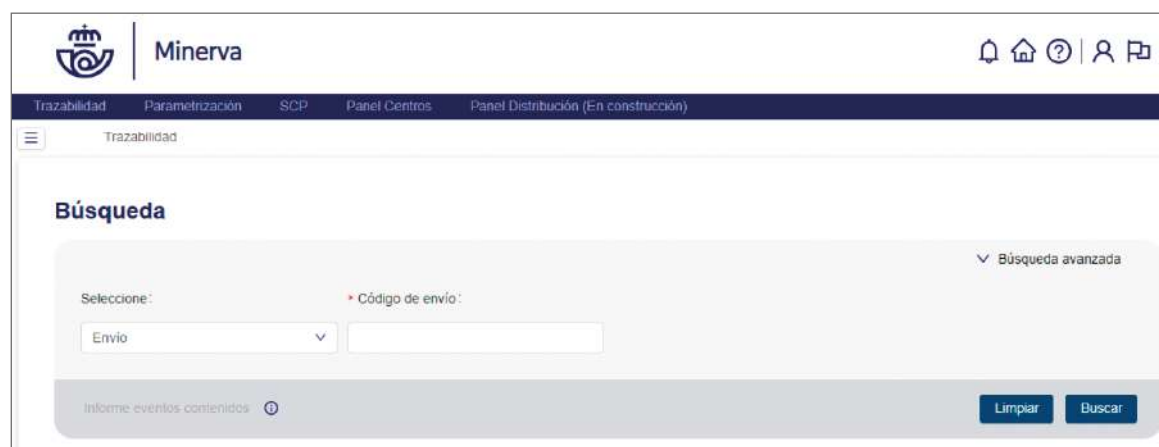
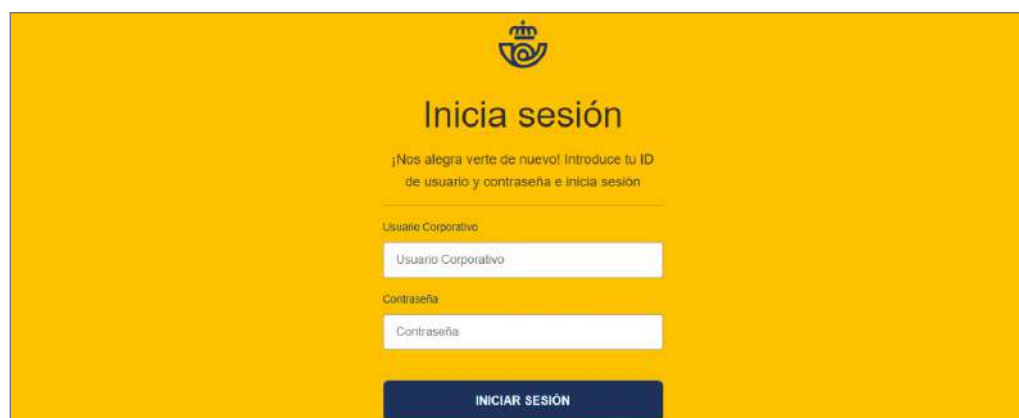
#### Acceso

El acceso a Minerva se realiza bajo el procedimiento estándar de seguridad aplicado en la compañía.

Para acceder a Minerva es indispensable solicitar previamente un perfil de acceso a través de SIGUA (<https://sigua.correos.es>).

Una vez solicitado el permiso, siempre que se esté dentro de la red de Correos (no es una aplicación accesible desde internet) se podrá acceder a través de un navegador a la URL [minerva.correos.es](http://minerva.correos.es).

Con las credenciales del usuario corporativo (una vez que se haya concedido el perfil de acceso) se podrá ingresar en el aplicativo.



Los perfiles que se pueden solicitar en SIGUA que permiten acceso a Minerva son los que se mencionan a continuación, según los **diferentes roles de usuario que contempla la plataforma**:

- **MINERVA-CONS-BÁSICA.** Accede a todas las consultas sobre envíos y agrupaciones, pero no accede a la Parametrización de Negocio, ni a la configuración de Minerva.
- **MINERVA-CONS-AVANZADA.** Accede a todas las consultas del rol «Consulta» pero también al «Panel Centros/Pendientes turno de noche». No accede al Panel de Distribución, a Parametrización ni a la Administración.
- **MINERVA-JEFE-UNID.** Accede a todas las consultas del rol MINERVA-CONS-BASICA pero también al Panel de Distribución. No accede al «Panel Centros/Pendientes turno de noche», a Parametrización ni a la Administración.
- **MINERVA-GESTOR-PROD.** Accede a todo, menos a la parametrización y a la administración.
- **MINERVA-PARAM-PROD.** Accede a todo, menos a la administración. Es igual que el rol anterior, pero además accede a la funcionalidad de «Parametrización de Negocio».
- **MINERVA-ADMIN.** Accede a toda la plataforma sin restricciones de acceso.

## Funciones

La plataforma Minerva ofrece las siguientes utilidades:

- La gestión de la trazabilidad y la localización de los envíos y servicios.
- La gestión de las agrupaciones de envíos en contenedores y vehículos.



- Consultas avanzadas sobre los envíos filtrando por rango de fechas, estado, eventos, centros, etc.
- Consultas masivas sobre el estado de los envíos y servicios.
- Cuadros de mando para la gestión operativa.
- Integración con otros sistemas para ser un punto de acceso único a toda la información relacionada con un envío.

## Utilidades











Minerva tiene como principal funcionalidad ser la fuente de «la verdad», además del sistema de trazabilidad; por añadidura dispone de una serie de apoyos a la producción que se podrían segmentar principalmente en:

- EGA (estaciones generadoras de agrupación).
- Correos Frío.

Minerva permite generar, mantener y consultar toda la información de las EGA (estaciones generadoras de agrupación). Como un caso de uso especial de la primera, permite generar, mantener y consultar las funciones específicas del producto Correos Frío en el proceso logístico vinculadas con la información y las acciones relacionadas con las cajas isotérmicas, su seguimiento y trazabilidad.

También es el sistema que atiende la demanda de información relativa a la trazabilidad, suministrando la información a través del proceso canónico junto a MATRIX, por ejemplo, a la web de correos o las aplicaciones móviles de la compañía.

### Funcionalidades EGAs

 Abrir	Se encarga de crear una agrupación e imprimir su etiqueta.	 Impresión masiva	Permite generar etiqueta de diferentes tipos de agrupación y generarlas de forma masiva.
 Asociar	Se encarga de asociar una agrupación intermedia o envío a una agrupación padre. *	 Descargar	Se encarga de descargar una agrupación intermedia de una agrupación vehículo.
 Consulta	Permite consultar el contenido de una agrupación.	 Salida camión	Comunica a Minerva la salida del centro del camión.
 Cerrar	Se encarga de cerrar una agrupación.*	 Reabrir contenido	Permite abrir una agrupación previamente cerrada para volver a operar sobre ella.*
 Desasociar	Se encarga de desasociar, desvincular una agrupación o envío hijo de una agrupación padre.	 Migración de contenedor	Permite migrar un envío o agrupación intermedia a otro contenedor de forma directa.*

\* Alertas operativas.



## Ventajas de las EGA

- Facilitan la adaptación a cualquier proceso logístico que lo requiera, por ejemplo, Correos Frío.
- Trazabilidad ampliada: mayor control de la operativa ejecutada en cualquier punto de la cadena logística.
- Mayor seguridad y control de la mercancía: eliminan los puntos ciegos de información en el ciclo logístico.
- Menos lecturas: aumentan la capacidad de eventos inferidos en base a la agrupación.
- Control agregado por agrupaciones: control entrada/salida de centro u oficina más exhaustivo.
- Detalle de envíos de los servicios de reparto.
- Alertas en función de las necesidades.
- Control aduanero por agrupación.

## 6.2. Otras aplicaciones de Oficinas

### 6.2.1. SEDI (Sistema de Envío de Dinero)

Se accederá a SEDI a través de la herramienta IRIS. Se podrá acceder a la funcionalidad de alta de órdenes de envío de dinero desde el menú de «Admisión» de la aplicación, seleccionando la opción «Envío de dinero», desde donde estarán disponibles las opciones:

- Comparador: muestra el comparador de servicios de envío de dinero.
- Alta de envío de dinero: muestra el formulario de alta de una orden de envío.

### 6.2.2. SGTC (Sistema de Gestión de Tarjetas de Cliente)

La Tarjeta Más Cerca es la tarjeta de fidelización de cliente que sirve para identificar a los clientes cuando realizan una compra.

Operativamente, la tarjeta permite recuperar los datos del remitente para no tener que introducirlos manualmente en IRIS en los productos que necesitan capturar este dato. IRIS permite cambiar los datos de remitente, si el cliente necesita poner otros datos, pero esta modificación vale solo para la operación que se realiza, si hay cambios permanentes, estos deben hacerse en la aplicación de la tarjeta.

También sirve para que el cliente, una vez aportada la documentación requerida para hacerse la tarjeta, no tenga que volver a aportarla para otros productos que la requieran.

Las principales funcionalidades son:

- Recarga tarjeta prepago.
- Anulaciones de recargas que se hayan hecho en el mismo día.

- Emitir una factura automática todos los meses por correo electrónico al cliente de forma predeterminada.
- Contratos: alta, consulta, anulación o modificación de contratos.

### 6.2.3. Quenda

A través de la aplicación Quenda, se accede al Gestor de Turnos, que es la herramienta que permite controlar el tiempo de espera de los clientes en las Oficinas.

Una vez que hayamos iniciado el equipo encontraremos un icono en el escritorio que nos conducirá directamente a la pantalla de inicio donde se introducirán el nombre de usuario y la clave corporativos.

#### Menú «Atención al Cliente»

A continuación se describe la operativa normal de la aplicación para la llamada y reenvío de personas a puestos de atención. Para el acceso a esta funcionalidad el usuario debe estar dado de alta en la aplicación y tener asignado un perfil de «atención y recepción».

#### Pantalla de llamadas

Una vez que el empleado esté autenticado en el sistema y seleccionado el puesto de atención, accederá a la pantalla de atención al público de la aplicación donde podrá realizar llamadas y obtener diversa información sobre las personas en espera.

The screenshot shows the Quenda application interface with several callouts explaining key features:

- Acceso:** Indica el nombre de usuario con el que hemos identificado.
- Cerrar sesión:** Mediante un click en este botón podremos cerrar la aplicación.
- Puesto 1:** En esta zona se muestra el puesto que hemos seleccionado anteriormente.
- Llamar:** Haciendo click en el botón "llamar" realizaremos la llamada a la siguiente persona en espera. Esta llamada se visualizará en la pantalla de la sala de espera y se anunciará a través de una llamada por megafonía en caso de que esta función esté disponible.
- Turnos pendientes:** Este cuadro mostrará las citas que actualmente están pendientes, y el tiempo de espera de la siguiente cita en espera. No se mostrarán aquellas citas pendientes que estén asignadas a otros servicios o puestos y no puedan ser llamadas desde el puesto actual.

- Si no se ha realizado ninguna selección previa el sistema llamará a la persona que lleve mayor tiempo en espera dentro de los servicios que han sido asignados al usuario y puesto actual.
- Conviene señalar que el administrador del sistema puede definir prioridades de llamada entre los trámites definidos para un usuario o puesto.
- Las prioridades repercutirán de forma que se llamará preferentemente a un servicio concreto (el de mayor prioridad).

## Atención al Cliente/Finalizar Llamada

Una vez pulsado el botón «llamar», en la pantalla general de la sala de espera se visualizará el número de turno correspondiente y el número de puesto al que debe dirigirse el cliente.

Paralelamente, en nuestra pantalla de Quenda se mostrará información sobre la cita en cuestión y diversos botones que se describen a continuación:

The screenshot shows a call management interface with the following elements:

- Buttons at the top:** Finalizar y Pausa, Finalizar y Llamar, No acude, Volver a llamar en pantalla.
- Turno atendiendo:** Esté atendiendo el ticket con el nº SA006 con el servicio Servicio A. N° Ticket: SA006. Servicio: Servicio A.
- Turnos pendientes:** N° turnos pendientes: 2. Tiempo espera siguiente: 00:21:44.
- Reenviar Turno:** Trámite: -- Seleccionar --. Puesto: -- Seleccionar --. Tiempo retraso: 0 segundos. Reenviar button.
- Call Information Zone:** Zona de información de llamada: Muestra el último turno llamado y el servicio al que pertenece.
- Reenvío de turnos:** El sistema permite reenviar la cita actual a otro puesto y/o servicio. Esta función permitirá que la persona no tenga que volver al dispensador para obtener otro ticket, perdiendo además su prioridad por hora de llegada. De este modo, será llamada en el nuevo puesto y/o servicio en cuanto no exista ninguna otra cita con mayor tiempo de espera.
- Botón "Finalizar y Pausa":** Permite finalizar la cita actual una vez realizada la atención.
- Botón "Finalizar y Llamar":** Permite finalizar la cita actual y llamar a otra cita. La cita a la que se llamará será la que lleve mayor tiempo en espera dentro de los servicios disponibles para mi usuario y puesto.
- Botón "No acude":** Permite finalizar la cita actual, dando a conocer que nadie ha acudido a la llamada.
- Botón "Volver a llamar en pantalla":** En caso de que nadie se haya presentado en nuestro puesto de atención tras efectuar la correspondiente llamada, este botón nos permite repetir la llamada en la pantalla general de la sala de espera. Solo es posible repetir la llamada 1 vez por cita.

## Reenviar Turno

El sistema permite reenviar la cita actual a otro puesto o servicio. Esta función permitirá que la persona no tenga que volver al dispensador para obtener otro *ticket*, perdiendo además su prioridad por hora de llegada. De este modo, será llamada en el nuevo puesto o servicio en cuanto no exista ninguna otra cita con mayor tiempo de espera.

The screenshot shows a web interface for managing service appointments. A large green arrow points to the 'Reenviar Turno' form. The form contains three dropdown menus: 'Trámite \*' (Service), 'Puesto' (Post), and 'Tiempo retraso' (Waiting time), followed by a 'Reenviar' button. Four callout boxes provide instructions:

- 1 Trámite:** seleccionar en el desplegable el servicio de destino
- 2 Puesto:** podremos especificar un puesto de destino concreto. En caso de que no se especifique un puesto concreto la cita será llamada desde cualquier de los puestos que atiendan el trámite en cuestión.
- 3 Tiempo de retraso:** En el caso de que no deseemos que la cita sea llamada de inmediato en el puesto/servicio de destino, el sistema permite especificar un tiempo de retraso en la llamada. Para definir el tiempo que tardará el turno en ser llamado de nuevo, simplemente seleccionaremos en el desplegable "tiempo de retraso" el tiempo que creamos conveniente.
- 4 Reenviar:** Una vez seleccionado el trámite, puesto y tiempo de retraso, confirmaremos el reenvío haciendo click en el botón "Reenviar".

## Rellamada Automática

Si no existe ninguna persona en espera para los servicios asignados (tanto al usuario como al puesto donde este usuario atiende), se mostrará un botón verde que permite activar la funcionalidad de «Rellamada Automática».

The screenshot shows the 'quenda' interface. A large green arrow points to the 'Activar rellamada automática' button. A callout box explains the function:

Si activamos esta funcionalidad, haciendo click en el mencionado botón, el sistema llamará automáticamente a la primera persona que obtenga un ticket de turno para alguno de los servicios que tengamos asignados.

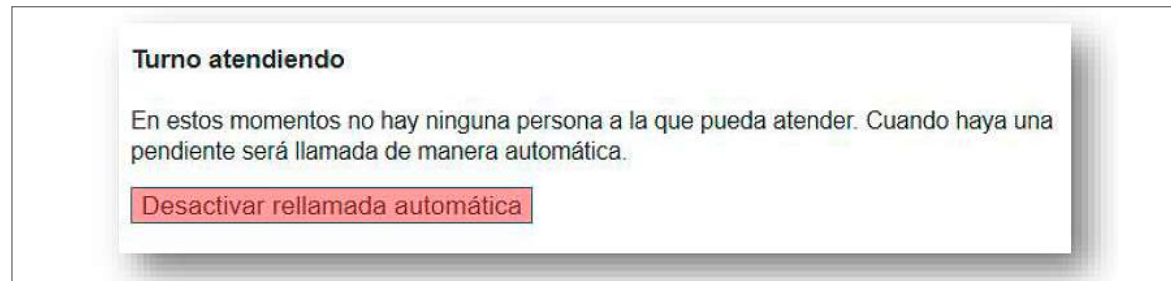
**Turno atendiendo**  
En estos momentos no hay ninguna persona a la que pueda atender. Pruebe en breves instantes o establezca la rellamada automática.

Esta función evitará que sea necesario revisar cada cierto tiempo si ya existe alguna persona en espera, ya que nada más sacar el *ticket* será llamado en pantalla de forma automática y se presentará físicamente en el puesto.



Una vez realizada la primera rellamada automática, esta función se deshabilitará automáticamente. El usuario ATC podrá volver a activarla las veces que quiera sin ningún tipo de limitación.

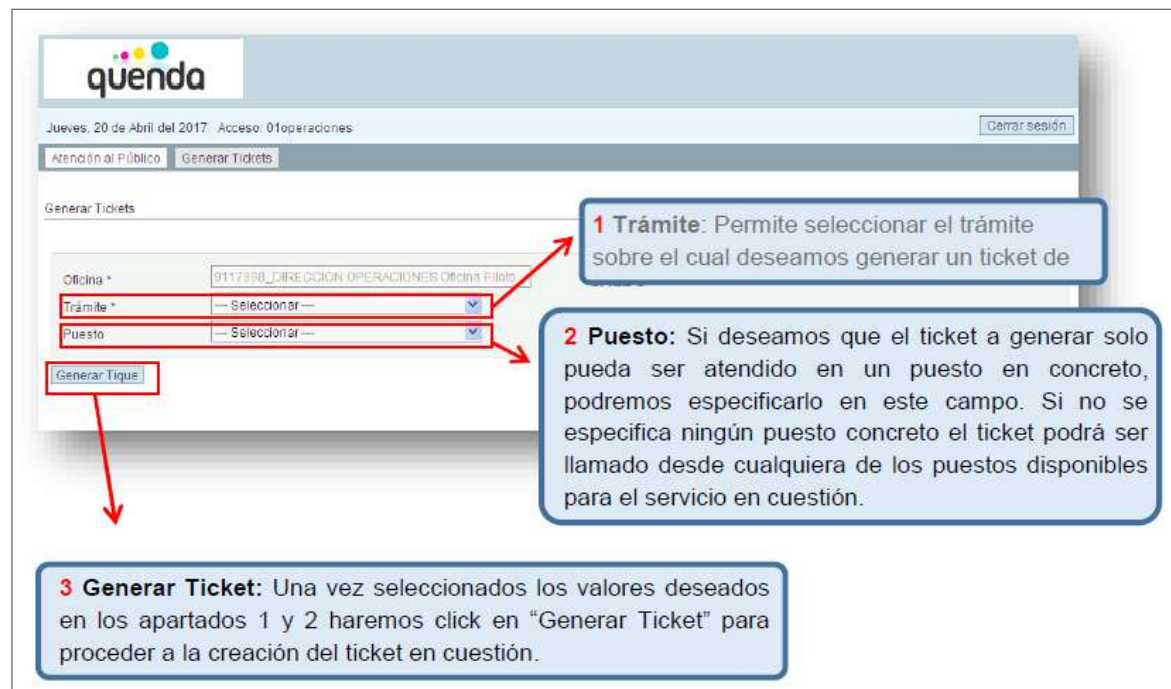
Una vez pulsado el botón «Activar rellamada automática», el gestor de turnos permitirá desactivar la función pulsando sobre el botón rojo que pone «Desactivar rellamada automática», que aparecerá en pantalla una vez esté activado.



### Menú «Generar Tickets»

Esta funcionalidad permite generar *tickets* de atención de un modo similar al que se realiza en el dispensador automático.

Esta opción puede resultar muy útil en determinadas situaciones, cuando el vestíbulo este vacío y no sea necesario coger turno en la máquina dispensadora, cuando el dispensador se encuentra sin papel, averiado, persona mayor, etc.



### 6.2.4. WUPOS

Correos tiene concertada con Western Union la transferencia de dinero entre nuestras oficinas y los países que prestan el servicio de «Transferencia de dinero en minutos» (*Will Call*). A través de la aplicación WUPOS, el cliente puede enviar y retirar dinero en cualquiera de las oficinas de Correos que Western Union tiene en más de 200 países.

### 6.2.5. Hermes

Aplicación que permite la venta de productos de la ONCE. Para realizar la venta de cualquiera de los productos ONCE, se accede a través de **IRIS > ONCE > Venta electrónica**. Haciendo clic en Venta electrónica, se accede a la aplicación Hermes, y el usuario ha de logarse con el mismo «C» que ha abierto IRIS.

Desde esta pantalla de inicio pueden verse todos los juegos que se comercializan en las oficinas de Correos.

## 6.3. Dispositivo PDA

### 6.3.1. Acceso a la PDA

Para acceder a la PDA, el personal de reparto deberá introducir su código de usuario y contraseña.





### 6.3.2. Principales funcionalidades personal de reparto

Tras introducir nuestro usuario y contraseña, se muestra la pantalla de acceso a la aplicación. Aparecerá la pantalla principal y elegimos: **turno, sección y salida**.

En el menú principal se muestran diferentes ventanas:



Esta herramienta permite al personal de reparto asignar los envíos a la sección de reparto, realizar las entregas y efectuar la liquidación una vez que haya finalizado el reparto y esté de nuevo en la unidad.

### 6.3.3. Aplicaciones dispositivo PDA

#### Distribución

##### Hera

Es la aplicación que utiliza el personal de reparto para la admisión de envíos y prestación de servicios. Para atender a cada nuevo cliente, se accede a Hera dentro del portal de aplicaciones de la PDA. En el menú principal se muestran accesos directos a las funcionalidades más habituales.



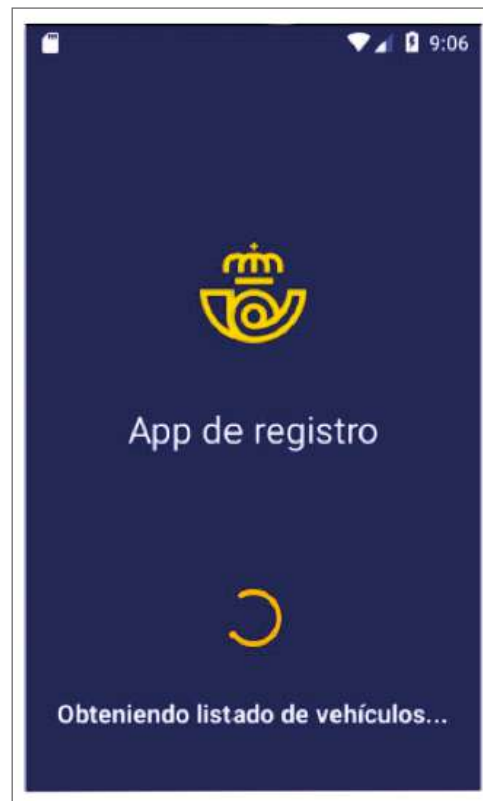
Se accede al punto de menú de cada operación que solicite el cliente, se cumplimentan los campos que se requieran y se siguen las instrucciones que se muestran en la pantalla de los dispositivos (información para comunicar a los clientes, mensajes de aviso, etc.).

Una vez concluidas todas las operaciones del cliente, se accede a la bolsa o carrito para cobrar el importe total. No obstante, en algunas operaciones es necesario gestionar los importes (cobro o pago) individualmente, sin que supongan variación de la bolsa.

Al finalizar la jornada de trabajo, siempre que se haya accedido a Hera, es necesario cerrar la caja, aunque no se haya realizado ninguna operación.



En el portal de aplicaciones de la PDA aparece el icono MILLA



Pulsando sobre el icono MILLA se abre la aplicación



Lo primero que se muestra es la relación de vehículos asignados para la Unidad del Usuario. El último vehículo utilizado por el usuario está marcado con el icono de una estrella.

Una vez seleccionado el vehículo que se va a emplear, se solicita registrar el kilometraje de inicio. Por defecto, aparece el kilometraje registrado para el último trayecto realizado; si fuese necesario, se debe actualizar, y a continuación se pulsa «Terminar».



A la vuelta del reparto, se repite la misma operación, informándose en este caso el kilometraje de fin de trayecto. Al registrar el kilometraje de inicio, el vehículo queda bloqueado para que otros usuarios no puedan seleccionarlo. El vehículo se desbloqueará cuando se registre el kilometraje final (o en su defecto al día siguiente). Por lo tanto es importante que siempre se haga un registro de inicio y otro de fin.

### **Futura operativa en la PDA**

Optimizar los procesos de trabajo y mejorar las herramientas que utilizan nuestros empleados y empleadas en su desempeño diario son importantes iniciativas que pueden ayudar para que nuestros clientes perciban un servicio de calidad.

Para avanzar en esta línea, se han aplicado mejoras en las PDA que utiliza el personal de reparto y que van desde la incorporación de nuevos dispositivos más modernos y con mejores prestaciones, hasta el cambio en la aplicación donde se realizan todos los procesos de reparto, que pasa de TALOS a la nueva aplicación CORE.

Algunas de las mejoras implican la reorganización de las diferentes pantallas y menús para realizar los procesos de asignación, reparto y fin de reparto.

## **Oficinas**

### **Talina**

Las Oficinas cuentan con terminales portátiles (PDA), como los que se usan en las unidades de distribución, para tratar los envíos a través de la aplicación TALINA.

**Admisión:** únicamente pueden ser objeto de admisión tres modalidades de envíos prerregistrados:

- Cartas Certificadas de Franqueo Pagado.
- Notificaciones de Franqueo Pagado.
- Voto por Correo.

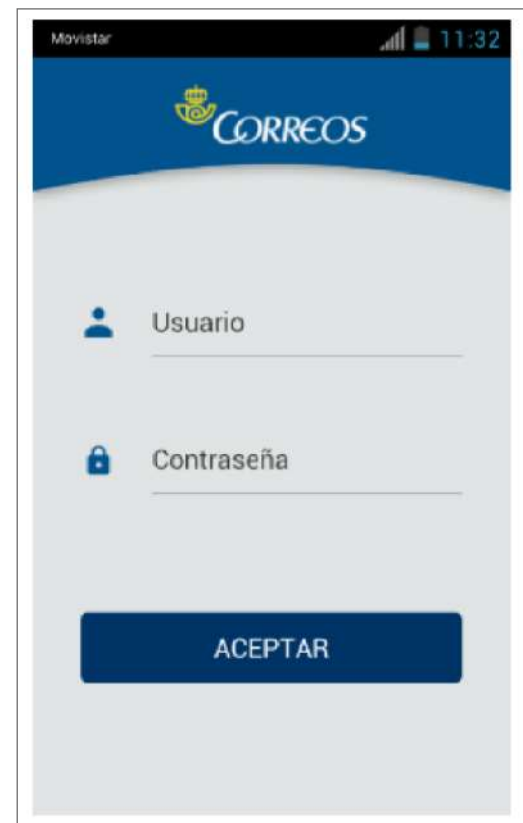
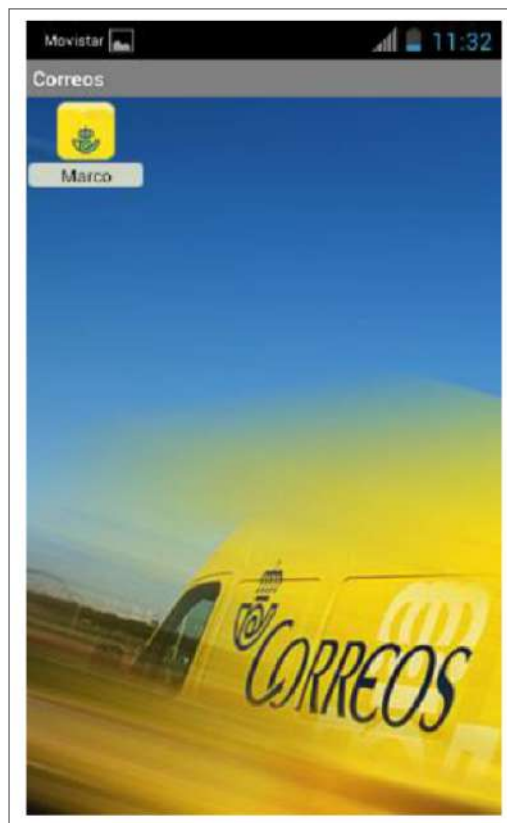
**Entrega:** para poder entregar un envío con la PDA, deberá cumplir estos requisitos:

- El envío tiene que estar dado de alta en la unidad.
- El envío no puede tener importes asociados (sin reembolso).
- El envío no puede llevar asociado a la entrega el escaneo de documentación.

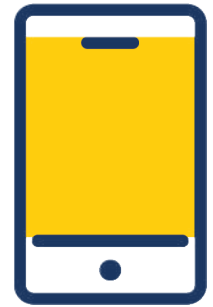
Para poder utilizar una PDA en Oficina, todo usuario debe contar con los siguientes permisos:

- **SIGUA - Portal de gestión de usuarios y accesos:** solicitar el acceso a través de SIGUA de la PDA.
- **SGIE - Configuración de Usuario:** modificar el perfil del usuario para poder utilizar la PDA, activando el *check* PDA.

Para conectar la PDA se pulsa en el botón situado en lateral izquierdo y aparece la siguiente pantalla:



1. Pulsar sobre el botón «Marco». La PDA solicitará la identificación del usuario.
2. Introducir Usuario Corporativo (Cxxxxxx).
3. Introducir la Contraseña.
4. Pulsar «Aceptar».
5. Talina: Aplicación de entrega, admisión y alta en almacén.



## 6.4. Aplicaciones gestión de responsable

### 6.4.1. SIGUA

La aplicación SIGUA garantiza que solo aquellas personas que previamente han sido autorizadas puedan acceder a los sistemas corporativos. Es el sistema que vertebra los permisos y supervisa jerárquicamente los accesos a las aplicaciones.

Los usuarios utilizan este servicio para gestionar:

- El alta de identidades, ya sean de empleados cuyo alta aún no han sido informado por RR. HH. o no empleados (externos, o usuarios no personales).
- La solicitud y revocación de accesos para identidades ya existentes, ya sea para sí mismo o para que los Responsables de Grupos de Trabajo (RGT) puedan pedir acceso para las personas a su cargo.
- La asignación de responsables a usuarios y viceversa.
- La gestión diversos códigos (Codired) necesarios para el correcto funcionamiento de aplicaciones de negocio.
- Modificación de los datos personales ya sea para sí mismo o para que los Responsables de Grupos de Trabajo (RGT) puedan modificar los de los usuarios a su cargo.
- La revocación o activación de usuarios a cargo de un RGT.
- La gestión y consulta del estado de las peticiones solicitadas por el usuario.
- La solución automatiza el proceso de solicitud y aprobación de peticiones por parte de los responsables implicados y ejecución de estas una vez ha sido confirmada la legitimidad de la petición.

La aplicación cuenta con diferentes roles:

- **Usuario peticionario:** usuario que accede a la aplicación para solicitar alguna funcionalidad implementada. El usuario puede hacer una petición para sí mismo o para otros usuarios de los que él es responsable. El hecho de que un usuario esté autorizado a reclamar un acceso de los gestionados por la aplicación tan solo concede la opción de solicitarlo. La petición debe ser revisada y aprobada por su responsable o el propietario del acceso solicitado como requisito indispensable para que la petición sea cursada.
- **RGT:** responsable de Grupos de Trabajo. Es el usuario encargado de aprobar o denegar una solicitud iniciada por un usuario peticionario del que él es responsable. Además de resolver las peticiones, los usuarios RGT pueden a su vez ser usuarios peticionarios y solicitar acceso para sí mismos o para los usuarios a su cargo.

### Glosario

**Codired:** Código identificador de unidades de negocio.



- **RC:** responsable de Codired de Distribución. Usuario que es RGT y además tiene asignado algún Codired de Distribución.
- **Propietario del Activo de Información (PAI):** se trata de un usuario propietario de un rol y como tal debe aprobar o denegar la solicitud de asignación o desasignación de este a un usuario.
- **Administrador Local (AL):** usuario encargado de llevar a cabo una operación manual si la petición así lo requiere.
- **Usuario con el rol Solicitantes de Externos:** usuario que tiene asignado un rol que le permite llevar a cabo el alta de nuevos usuarios de tipo externo.
- **Administradores de Sistema de Gestión de Identidades (AGI):** los usuarios que pertenecen al grupo de administradores del sistema de gestión de identidades con acceso total a la aplicación, por un lado podrá consultar y en algunos casos gestionar peticiones.

### 6.4.2. CRM. Gestión de relaciones con el cliente

CRM hace referencia tanto a la estrategia de negocio focalizada hacia el cliente como a todas las aplicaciones informáticas (tanto *software* como *hardware*) necesarias para procesar, analizar y exponer la información resultante, así como para medir y retroalimentar la estrategia de negocio desarrollada. Así, el concepto CRM incluye desde el desarrollo de los modelos de gestión comercial, pasando por la integración de la información, hasta el análisis de los datos para convertirlos en información útil para la toma de decisiones y soporte estratégico de la acción comercial.

La principal funcionalidad de CRM es disponer en cualquier momento de toda la información sobre cualquier cliente, para satisfacer sus necesidades y permitir unas mejores estrategias comerciales. CRM debe permitir tener una visión única del cliente y transformar cada experiencia del cliente en una ventaja de negocio.

En el CRM, como herramienta, se pueden distinguir dos tipos de datos: datos maestros y datos transaccionales.

#### A) Datos maestros

Se trata de los datos esenciales para la realización de operaciones. Son datos que no varían en el tiempo, como, por ejemplo, el nombre de un cliente, su código de identificación, su dirección, los productos o las personas de contacto.

- **Cliente:** se trata de un interlocutor con el que mantenemos una relación de prestación de servicios, ya esté basada en un contrato, una tarjeta o incluso pago al contado.
- **Prospecto:** no es un cliente de Correos pero tiene potencial de consumo y puede tener interés en nuestros productos. Se le identifica como «cliente potencial».
- **Contacto:** un contacto corresponde a la persona de contacto que tenemos en un cliente o prospecto. El contacto siempre está relacionado con el cliente o prospecto.

## Glosario

### **CRM (Customer Relationship Management):**

Gestión de las Relaciones con el Cliente.

## B) Datos transaccionales

Son los datos que indican qué interacciones se realizan con los clientes:

- **Actividad:** las actividades en CRM permiten al gestor de ventas planificarse y prepararse de una manera más sencilla y eficaz. A través de la actividad se pueden registrar tareas que se relacionarán con el cliente o contacto.
- **Oportunidad:** la oportunidad refleja la negociación en curso. Cada oportunidad de negocio que tengamos con cada uno de nuestros clientes almacenará toda la información relacionada con cada intento de cerrar un trato, con un cliente ya existente o con un prospecto.
- **Oferta:** la oferta se emplea para dejar constancia de los precios y condiciones comerciales de prestación de servicio propuestos por Correos para los servicios y productos ofrecidos al cliente/prospecto, hacer un seguimiento de las etapas a completar para cerrar el negocio, programar actividades para ejecutar en un momento determinado, adjuntar documentos y generar las ofertas correspondientes, y finalmente informar la causa de éxito o pérdida del negocio. Una oportunidad puede tener una o varias ofertas asociadas.
- **Lead:** un *lead* es una operación comercial que se utiliza para describir, almacenar, actualizar y gestionar el posible interés de un cliente o prospecto. Un *lead* puede considerarse como una «preoportunidad». Mientras que la oportunidad supone un negocio tangible, el *lead* es una transacción que permite determinar si existe una oportunidad de negocio.
- **Contrato:** el contrato en CRM se emplea para reflejar un acuerdo entre Correos y el cliente. En el contrato se detallarán los productos y servicios requeridos por el cliente, los precios y las condiciones aplicadas.

## C) Ciclo de ventas

Conceptualmente, podemos distinguir tres fases en el ciclo de ventas comercial:

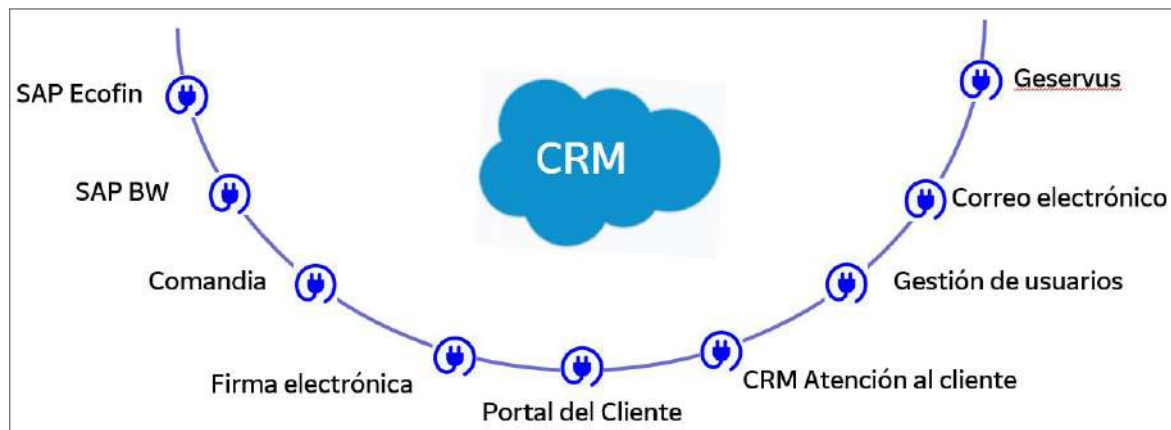
- **Preventa:** incluye el conjunto de actividades realizadas encaminadas a captar clientes nuevos. Como resultado de estas acciones se crearán oportunidades en CRM, donde quedarán registradas tanto las actividades como los datos correspondientes a propuestas realizadas (ofertas).
- **Venta:** el proceso de venta incluye la negociación y la contratación. Implica la formalización de los acuerdos alcanzados con el cliente y, como resultado, se crearán el contrato y los anexos, documentos reflejo de estos acuerdos.
- **Postventa:** seguimiento del Cliente, sus consumos, incidencias, nuevas necesidades, etc.

El ciclo de ventas en Correos es un proceso continuo, en el que, tras la captación del cliente y la firma del correspondiente acuerdo, se deben realizar las actividades de mantenimiento necesarias para procurar conservarlo, así como detectar nuevas necesidades y convertirlas en nuevas oportunidades de negocio.



#### D) Visión 360

Para conseguir disponer de una visión completa del cliente, sea cual sea el canal por donde se dirija a Correos, CRM se integra con las herramientas corporativas:



El CRM de Correos se adapta continuamente a las necesidades de la organización, por lo que el número de aplicaciones con que se integra se incrementa constantemente.

#### 6.4.3. SIE (información estadística)

La aplicación estadística SIE permite la consulta de una serie de informes. En ella se pueden consultar tanto los datos grabados en el día como acceder a los de cada fecha y a las respectivas acumulaciones mensuales y anuales.

#### 6.4.4. GPVO (Suministros)

Se trata del Sistema de Gestión de Productos de Venta en Oficina (GPVO). Esta aplicación permite conocer la información relacionada con las liquidaciones y redistribuciones pendientes de la oficina.

Una vez realizada la comprobación de los productos de la oficina es necesario acceder a la aplicación de suministros-GPVO a través del acceso habilitado en **IRIS > Llamadas a sistemas externos > Herramientas oficina > GPVO.**

El sistema abre la aplicación desde la opción de INICIO, donde se puede ver la información relacionada con las liquidaciones y redistribuciones pendientes de la oficina. Las oficinas consultan diariamente este portal para revisar si tienen redistribuciones pendientes.

El GPVO permite conocer los datos de los productos, las remesas, las redistribuciones, los envíos, las regularizaciones, los pedidos extraordinarios las liquidaciones y las incidencias.







# Tema 7

---

Procesos operativos I: Admisión



# Contenido

## **7.1. Introducción**

7.1.1. El circuito de la correspondencia

## **7.2. Admisión: cuestiones generales**

7.2.1. Medios de pago en oficinas

7.2.2. Sistemas de franqueo y sistemas de pago alternativo

7.2.3. Objetos prohibidos y de circulación restringida

7.2.4. Mercancías peligrosas admisibles

7.2.5. Emisión de facturas por servicios de cobro al contado

7.2.6. Insuficiencia de franqueo

7.2.7. Procedimientos de admisión

## **7.3. Admisión en oficina**

## **7.4. Admisión en oficinas auxiliares y servicios rurales**

## **7.5. La admisión masiva**

## **7.6. Otras formas de admisión de envíos**

7.6.1. Recogida en buzones

7.6.2. Recogida a domicilio

7.6.3. Admisión de envíos prerregistrados en oficina postal virtual (Mi Oficina)

7.6.4. Admisión de envíos pregrabados a través de la web de Correos

7.6.5. Admisión de pregrabados a través de Servicio sin Espera

7.6.6. Admisión en Citypaq

## **7.7. Clasificación y contenerización en las oficinas**

## 7.1. Introducción

El proceso de admisión es piedra angular en Correos. Este tema recoge una serie de escenarios que varían —a veces solo en detalles, otras veces de manera radical— según el producto susceptible de admisión que se considere, el carácter individual o masivo de la admisión, el ámbito nacional o internacional del envío y el contexto en el que tenga lugar, por mencionar solo algunas variables clave.

Se detallarán los requisitos de etiquetado, franqueo y facturación relativos a los distintos tipos de productos: cartas (ordinaria, certificada...), envíos de dinero (giros, pago de recibos...), todas las variedades de paquetería, productos de marketing (directo, publicaciones periódicas) o productos de telecomunicaciones (buofax, telegramas). Se hace mención especial del proceso de admisión para productos con valor declarado y para mercancías peligrosas.

Respecto al contexto en el que tiene lugar la admisión, abordaremos los distintos **puntos de acceso a la red postal**.

Por último, se dedicará un apartado completo a los aspectos de clasificación y contenerización en oficinas.

### 7.1.1. El circuito de la correspondencia

La Ley 43/2010, de 30 de diciembre, recoge las definiciones de las operaciones del servicio postal en su conjunto. Cada una de estas operaciones se considera una parte del denominado circuito de la correspondencia susceptible de constituir, por sí misma, un **servicio postal**.

A continuación, revisamos las diferentes operaciones:

- a) Recogida:** es la operación consistente en retirar los envíos postales depositados en los puntos de acceso a la red postal del operador. Los puntos de acceso son las instalaciones físicas, especialmente los buzones a disposición del público tanto en la vía pública como en locales públicos o en los locales del proveedor del servicio, donde los clientes pueden depositar envíos postales para el acceso a la red.
- b) Admisión:** consiste en la recepción por parte del operador postal de envío que le es confiado por el remitente para la realización del proceso postal integral y del que se hace responsable en los términos previstos en este Reglamento. Posteriormente analizaremos distintos tipos de admisión:
  - Admisión en oficina.
  - Admisión en oficinas auxiliares y servicios rurales.
  - Admisión masiva.
  - Recogida en buzones.

- Recogida a domicilio.
- Admisión de envíos prerregistrados en Mi Oficina.
- Admisión de pregrabados en la Web de Correos.
- Admisión de pregrabados a través del Servicio sin Espera.
- Admisión en Citypaq.

- c) Clasificación:** incluye el conjunto de operaciones cuyo fin es la ordenación de los envíos postales, atendiendo a criterios de la operativa postal.
- d) Transporte:** es el traslado de los envíos postales efectuado por cualquier tipo de medios hasta su distribución final.
- e) Distribución:** es cualquier operación realizada en los locales de destino del operador postal a donde ha sido transportado el envío postal de forma inmediatamente previa a su entrega final al destinatario del mismo.
- f) Entrega:** es el reparto de los envíos en la dirección postal en ellos consignada, con las salvedades que se establecen en este Reglamento que regula el servicio postal.

## 7.2. Admisión: cuestiones generales

El **proceso de admisión** se regirá por la **Ley 43/2010, de 30 de diciembre, del Servicio Postal Universal, de los Derechos de los Usuarios y del Mercado Postal**, y consiste en la recepción por parte del operador postal del envío que le es confiado por el remitente para la realización del proceso postal integral y del que se hace responsable en los términos previstos en la normativa vigente.

**NOTA:** El servicio postal universal incluye las actividades de admisión de **cartas y tarjetas postales** que contengan comunicaciones escritas en cualquier tipo de soporte de hasta dos kilogramos de peso y de **paquetes postales**, con o sin valor comercial, de hasta veinte kilogramos de peso.

### Glosario

#### Unión Postal

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

La red postal dispone de diferentes centros de admisión masiva donde el operador u operadores designados por el Estado prestan este servicio.

#### Normas generales

Según recoge el artículo 29 de la citada Ley, el operador al que se ha encomendado la **prestación del servicio postal universal** estará obligado, respecto a los servicios que conforman este ámbito, a admitir todo envío postal cuyo depósito se efectúe en la forma correcta y siempre que se satisfaga la tarifa o precio correspondiente.

En aquellas poblaciones o núcleos de viviendas no atendidos por una **oficina** del operador al que se ha encomendado la prestación del servicio postal universal, la admisión de dichos

envíos postales podrá hacerse por el **personal encargado del reparto domiciliario**, al tiempo que realiza este, a cuyo efecto se informará a los vecinos de estos núcleos del horario habitual de paso de dicho personal.

Las **dimensiones máximas y mínimas** de los envíos postales admisibles en la red postal pública, que estén dentro del ámbito del servicio postal universal, serán las establecidas en las normas que incorporen al derecho español las aprobadas por la Unión Postal Universal.

El pago de los servicios postales podrá realizarse mediante:

- Medios de pago en oficinas: billetes, moneda metálica, transferencias e ingresos en cuenta, Tarjeta Más Cerca, tarjeta crédito/débito.
- Sistemas de franqueo: sellos y otros signos previamente estampados.
- Otros medios: estampillas, franqueo a máquina, franqueo concertado, franqueo pagado, franqueo en destino y vales respuesta.

### 7.2.1. Medios de pago en oficinas

Por la prestación de servicios y la venta de productos, esto es «ventas al contado», que se realizan en las oficinas de Correos, se podrán aceptar, única y exclusivamente, los siguientes medios de pago, con las restricciones y excepciones que Correos establezca en cada momento, en cuanto a productos y servicios a aplicar, importes o restricciones sobre los propios medios de pago:

- Billetes y moneda metálica de curso legal.
- Transferencia bancaria e ingreso en cuenta.
- Tarjeta Más Cerca.
- Tarjeta crédito/débito.
  - Operaciones de cobro.
  - Devoluciones.

#### A) Billetes y moneda metálica de curso legal

Con motivo de la entrada en vigor de la Ley 11/2021, de 9 de julio, de Medidas de Prevención y Lucha contra el Fraude Fiscal, no se puede gestionar el cobro en metálico por un importe superior a 999,99 €.

Se excluyen de esta limitación los recibos emitidos por entidades financieras y la Dirección General de Tráfico, Correos Pay Premium (antes TEnvío), Correos Cash, Western Union y Giros OIC (orden de ingreso en cuenta) y Reembolsos OIC, en estos dos últimos el importe puede ser hasta 2.499,99 € para los giros a abonar en cuenta.

## B) Transferencia bancaria e ingreso en cuenta

Se debe facilitar al cliente el número de la **cuenta de la «Intervención de Zona» de la oficina** en la que se va a realizar el servicio. El cliente deberá entregar **resguardo de la transferencia** realizada por el importe de la compra o prestación del servicio. El resguardo deberá estar mecánicamente validado y sellado por la entidad financiera de origen con fecha anterior a la realización de la compra o prestación del servicio. La oficina comunicará tal circunstancia a la Intervención y, únicamente, cuando esta confirme el ingreso en cuenta, se procederá a prestar el servicio al Cliente.

Solo la oficina de Andorra tiene cuenta corriente, por lo que ha de facilitársele esta a los clientes que deban hacer ingresos para el pago de servicios a realizar en dicha oficina. En este caso, la oficina debe confirmar que el abono de la transferencia figura en la cuenta bancaria a través de la banca electrónica.

## C) Tarjeta Más Cerca

La Tarjeta Más Cerca es la tarjeta de fidelización de Correos y sirve para identificar a los clientes cuando realizan una compra.

### Identificación del cliente

- La tarjeta sirve para **asociar las operaciones que realiza un cliente con su número de contrato**. Para ello es imprescindible asegurarse de que todos los clientes de tarjeta realicen sus operaciones identificándose como tales.
- No es necesario (salvo para pagos) que el cliente traiga físicamente la tarjeta, únicamente es necesario el número.
- Operativamente, la tarjeta **permite recuperar los datos del remitente** para no tener que introducirlos manualmente en IRIS en los productos que necesitan capturar este dato. IRIS permite cambiar los datos de remitente, si el cliente necesita poner otros datos, pero esta modificación vale solo para la operación que se realiza, si hay cambios permanentes, estos deben hacerse en la aplicación de la tarjeta.
- También sirve para que el cliente, una vez aportada la documentación requerida para hacerse la tarjeta, no tenga que volver a aportarla para otros productos que la requieran.

### Titularidad del contrato

- Pueden ser clientes de tarjeta tanto los particulares como las empresas que firman un contrato aceptando las condiciones de uso.
- Un cliente que tenga contrato comercial en Correos puede ser también cliente de tarjeta.
- Siempre tiene que haber un DOI de una persona física.
  - Si el cliente es particular, el DOI coincidirá con el del cliente.
  - Si el cliente es empresa, el DOI asociado será el del representante legal de la misma.

## Glosario

**DOI:** Documento oficial de identidad.

- La tarjeta es **personal e intransferible**, si bien se pueden solicitar tarjetas adicionales.
- Un contrato de tarjeta permite una tarjeta titular (obligatoria) y varias tarjetas adicionales (hasta 4 gratuitas).
- Un DOI puede ser titular de solo un contrato, pero puede aparecer como tarjeta adicional en otros.
- Para garantizar la seguridad de los datos personales, **la tarjeta no tiene ningún dato en la misma, solo el número del cliente** que se lee con el código de barras. Todos los demás datos asociados a ese número están en el sistema de Correos.

### Prepago

El cliente tiene la posibilidad de utilizar la Tarjeta Más Cerca como **tarjeta prepago recargable**.

- Es una opción que hay que elegir en el sistema como paso previo a poder hacer recargas o pagos. Podemos hacerlo en el contrato de alta o, posteriormente, como modificación de datos del cliente.
- Se trata de un entorno cerrado. La tarjeta sirve exclusivamente para pagar en Correos. Por tanto, para el caso de tarjetas adicionales, es una medida de sustitución del manejo de dinero por parte de los empleados.
- Se excluyen para el pago todos los productos y servicios con los que no puede usar la tarjeta de crédito.

Se puede poner límite de gasto diario pero el importe debe ser un número entero.

- El importe introducido debe ser igual o inferior al saldo máximo permitido en una tarjeta.
- El importe introducido debe ser múltiplo de 5.

Las tarjetas adicionales pueden ser prepago o no, y cada una puede tener un límite independiente de las demás tarjetas. El titular puede variar todas las condiciones todas las veces que desee.

El saldo se asocia al contrato, no a la tarjeta. Esto permite que el propio titular o un empleado de su confianza puedan realizar las recargas y consumir dicho saldo, exclusivamente en Correos, con cualquiera de las tarjetas asociadas al contrato.

Como medida adicional de seguridad, cuando se efectúe un pago con la tarjeta, el portador de esta deberá identificarse con su DOI, que habrá que introducir en IRIS. Si algo no concuerda, no se podrá pagar con la tarjeta, pero sí utilizar otro medio de pago.

Si se produce una cancelación de contrato y hay saldo en la cuenta, se devolverá el mismo a una cuenta bancaria española que proporcione el cliente.

No es necesario que la recarga tenga que realizarla el titular o el representante legal, puede ser un autorizado.



### D) Tarjeta de crédito/débito

Se admiten todas las tarjetas autorizadas por los dispositivos o lectores de tarjetas distribuidos en las oficinas y, desde 2014, no es necesario un importe mínimo. También se ha adaptado la funcionalidad de IRIS para aceptar una nueva modalidad de pago, con tarjeta de débito o de crédito.

Los servicios para los que podemos aceptar determinadas tarjetas como forma de pago son todos aquellos que se cobran por la bolsa de la aplicación IRIS.

Quedan excluidos del pago con tarjeta, por distintos motivos, los siguientes servicios:

- Recargas Telecor.
- Cualquiera de las modalidades de envío de dinero, excepto Correos Pay:
  - Western Union.
  - Giro Electrónico.
- Cobro de recibos.
- Todos los importes cobrados en SGIE:
  - Reembolsos.
  - Importes por trámites aduaneros.
  - Gastos de gestión y presentación ante aduanas o factajes.
  - Devolución de paquetería.
- Cualquier otro que no se cobre por la bolsa de IRIS.

Tarjetas aceptadas: Se aceptarán tanto las **tarjetas de débito** como las **tarjetas de crédito**.

Por el contrario, la pasarela de pagos de Correos no autoriza otros tipos de tarjeta como la tarjeta Diners Club.

### Operación Venta

En IRIS se ha habilitado la modalidad de **cobro «Tarjeta»**, que podrá ser seleccionada por el usuario en caso de que el cliente indique que desea abonar la compra mediante tarjeta y que no sean productos o servicios excluidos.

Tras pulsar el botón «Cobrar», se abrirá una nueva ventana, propia ya de la aplicación de Pago con tarjeta, que mostrará al usuario diversos mensajes que lo guiarán en el proceso.

### Aplicación de pago con tarjeta

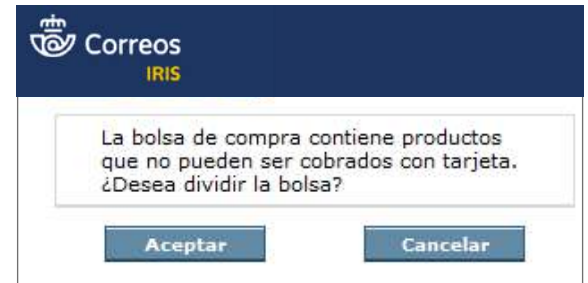
Todas las operaciones de pago electrónico (P.E.) van a tener las siguientes fases en nuestro sistema:

- Solicitar documento de identificación.

- Insertar o leer la tarjeta.
- Solicitar el pin al cliente para su tecleo por el cliente en la terminal.
- Solicitar la autorización.
- Resultado de la operación.

### Operaciones de cobro

Si la bolsa de compra estuviera compuesta por productos que permiten ser pagados con tarjeta y por productos que no lo permitan, al seleccionar la forma de cobro «Tarjeta», se mostrará un mensaje al usuario indicando esta situación y dándole la opción de **dividir la bolsa de compra** actual en dos: una con los productos que permiten el pago con tarjeta, y otra con los productos que no pueden ser cobrados con tarjeta.



Inicio > Admisión > Giros > Alta Nacional

**Forma de cobro**

Metálico  
 Cheque  
 Tarjeta

Código Promoción

**Cobro**

Total	27,06
Entregado	27,06
A devolver	0,00

**Emisión**

Sin factura  
 Con factura

**Importe**

(*) POSTAL EXPRES	7,67
GIRO DOMICILIO ORDINARIO	15,13
CARTA CERTIFICADA	1 4,26
<b>Total</b>	<b>27,06</b>

(\*) IVA Incluido: 1,17

Identificar cliente

Servicios Relacionados

- Bolsas Pendientes

Últimos Servicios

- Carta Certificada

Cliente Tarjeta

Nuevo Cliente

Total Bolsa

27,06

Cobrar Bolsa

Si el usuario pulsa el botón «**Cancelar**», no se dividirá la bolsa de compra, y se le permitirá volver a elegir la forma de cobro.

Si el usuario pulsa el botón «**Aceptar**», la bolsa de compra actual se dividirá automáticamente en dos: una con los productos que NO se pueden pagar con tarjeta (metálico), la cual quedará como bolsa activa, y otra con los productos que SÍ se pueden pagar con tarjeta, la cual quedará como bolsa pendiente de cobrar.

Correos IRIS Inicio > Gestión > Bolsa Compra > Pendientes  
Detalle Bolsa

**Datos de la bolsa**

Nombre: Fecha: 28/02/2012  
Importe: 15,13 Hora: 16:34 PM

**Detalle de la bolsa**

PRODUCTO	Cantidad	Precio Base	Impuesto	Total
GIRO DOMICILIO ORDINARIO	1	15,13	0,00	15,13

**Total** 15,13

Cancelar

Servicios Relacionados

Últimos Servicios  
Bolsas Pendientes

Cliente Tarjeta

Nuevo Cliente

Total Bolsa  
15,13  
Cobrar Bolsa

Si el usuario intenta realizar una nueva admisión, de cualquier producto nuevo, en cualquiera de estas bolsas, se mostrará el siguiente mensaje, impidiéndole realizar dicha admisión.

Correos IRIS

No es posible añadir productos a una bolsa dividida

Aceptar

Lo que se le permite realizar al usuario es eliminar aquellos productos que estén en alguna de las bolsas divididas de la bolsa que contiene los productos que Sí se pueden pagar con tarjeta.

Posteriormente a la división de la bolsa de compra original, el usuario podrá activar una bolsa u otra indistintamente y podrá elegir cobrar ambas bolsas en metálico, o con tarjeta, siempre que los productos que contiene la bolsa permitan el pago con tarjeta. Si la bolsa de compra solo contiene productos que se pueden cobrar con tarjeta, la operativa a seguir será la habitual.

Tras pulsar el botón «Cobrar», se abrirá una nueva ventana, propia ya de la aplicación de *Pago con tarjeta*, que mostrará al usuario diversos mensajes para guiar al cliente en su compra; en el *display* del terminal se verán igualmente estos mensajes:



Una vez finalizada correctamente la operación de compra, se imprimirá el *ticket* a través de la balanza franquadora y los documentos de pago con tarjeta con el formato habitual. **Si la tarjeta es de pin**, este documento se entregará al cliente y no es necesario que la oficina se quede con ninguno.

**NOTA:** Cuando la operación es con una tarjeta SIN pin, deberá recogerse la firma del cliente en el *ticket* que emite la balanza franquadora.

**Si la tarjeta es de firma**, el cliente deberá firmar este documento, la oficina se quedará con él para archivarlo y reimprimirá una copia para el cliente desde la opción «Reimpresión de Factura Simple».

**En caso de que no se solicite pin al cliente**, este debe firmar el impreso y se deberá comprobar que la firma del recibo coincide con la que figura en el reverso de la tarjeta.

Si la tarjeta estuviera sin firmar, se comprobará con la rúbrica del Documento Oficial de Identidad y se confirmará que el nombre y los apellidos de la tarjeta coinciden con los de este documento.

```

CORREOS Y TELÉGRAFOS
CIF:A83052407 - COD. OFICINA: 3500010
EMPRESA: 00000221 CENTRO:0001 TPV:0001
OPERAD.: 00000001 NO.OPERACION: 000098
FECHA : 27/10/2011 HORA: 18:03:05
TARJETA: *****0010
CAPTURA CHIP / AUTORIZACION: 000656

ARC: 00 ATC: 0028
AID: A0000000031010
AUTENTICACION: FIRMA
ETIQUETA: CREDITO DE VISA
TITULAR: VISA ACQUIRER TEST CARD 14

C.A. Pruebas Clientes
Tarjeta pruebas Correos
COM.PE:11111111 TER.PE:00000001
REF.PE: 036213 SES.PE: 30082011-001
***** V E N T A *****

TOTAL: 10.20 EUR

----- FIRMA DEL TITULAR -----

***** PARA EL ESTABLECIMIENTO *****

```

## Devoluciones

Las devoluciones deberán realizarse empleando la **misma forma de cobro/abono que se utilizó en la operación de venta**, y en el caso de pago con tarjeta, exclusivamente sobre la tarjeta con la que se pagó.

El procedimiento para la devolución de productos o servicios no varía respecto a la forma actual, realizándose desde la opción de menú correspondiente. Una vez que procede a cobrar una bolsa con importe negativo, se habilitará únicamente la forma de pago que se empleó al realizar la operación de venta correspondiente, no pudiendo ser cambiada por el usuario.

Correos IRIS Inicio > Admisión > Venta de Productos

Productos

MENÚ

Forma de cobro		Cobro	
<input type="radio"/>	Metálico	Total	-1,70
<input type="radio"/>	Cheque	Entregado	0,00
<input checked="" type="radio"/>	Tarjeta	A devolver	1,7

Cobrar

Bolsa de Compra		
PRODUCTO	Cantidad	Importe
CAJA PEQUEÑA 100	1	-1,70

Total -1,70  
(\* ) IVA Incluido: -0,26

Servicios Relacionados  
Bolsas Pendientes

Últimos Servicios  
Alta de Telegramas  
Carta Certificada  
Envíos Postales

Nuevo Cliente

Total Bolsa -1,70  
Cobrar Bolsa

En las devoluciones no se solicitará el pin, por lo que **el cliente siempre debe firmar el impreso.**

Si se produjera algún error durante el proceso de devolución, y no pudiera realizarse el abono en la tarjeta del cliente (p. ej., la tarjeta no es legible) y dado que no es posible realizar la devolución en una tarjeta diferente, ni se puede realizar el abono en metálico, se mostrará un mensaje como el siguiente, indicando que se debe realizar un procedimiento manual (extraordinario) para que el cliente reciba por transferencia bancaria el importe tras las verificaciones correspondientes:

Correos IRIS

ATENCIÓN: Se ha producido un error al realizar la devolución.

Debe cumplimentar el impreso disponible en la intranet con los datos del cliente para que se pueda tramitar la reclamación y su posterior devolución.

Aceptar

En estos casos, y tras intentar dos veces la devolución por tarjeta, se realizará la devolución, anotando automáticamente el importe de la misma en el campo del balance «Devoluciones con tarjeta». IRIS imprimirá un *ticket* de la devolución (nota de abono).

Al pulsar el botón «Aceptar», aparecerá el siguiente formulario (**Impreso de Devolución**) que deberá ser rellenado por el empleado; y al pulsar «guardar», internamente llegará vía *e-mail* a una lista de distribución de personal de finanzas y contabilidad. Posteriormente se imprimirá para entregar una copia al cliente.

**IMPRESO DE DEVOLUCIÓN**

Fecha de venta \*  Fecha de devolución \*

Número de ticket de venta \*  Número de ticket de devolución \*

Importe total de ticket \*  € Importe a devolver \*  €

Nombre y apellidos \*

4 últimos dígitos tarjeta \*

\* indica campo requerido.

Si en alguna ocasión se admite o tramita incorrectamente un producto cobrado con tarjeta y el cliente ya no se encuentra presente:

1. No se puede anular la admisión cobrada con tarjeta.
2. Se deberá realizar una nueva admisión del producto, como cobro al contado.
3. Se solicitará un código de corrección, para datarse el importe subido a bolsa.

Con las acciones anteriores queda solucionado el problema de conciliación y contabilización de las operaciones. No se deberá anular la admisión cobrada con tarjeta.

Toda la documentación generada deberá archivararse como evidencia de los cambios realizados.

## 7.2.2. Sistemas de franqueo y sistemas de pago alternativo

El franqueo es una de las formas de pago de los servicios postales, consiste en el abono de la tarifa o precio que corresponde aplicar a un envío postal para su circulación por la red postal pública.

Los principales **sistemas de franqueo** son:

- Sellos de Correos.
- Sobres, tarjetas y cartas sobre con sellos o signos distintivos previamente estampados.



Existen otros **medios alternativos a los sistemas de franqueo:**

- Estampillas.
- Franqueo a máquina.
- Franqueo concertado.
- Franqueo pagado.
- Franqueo en destino.

#### **A) Sellos de Correos u otros signos previamente estampados**

Los sellos son «trozos pequeños de papel», con timbre oficial de figuras o signos, grabados con las palabras «CORREOS ESPAÑA». Los confecciona el Estado a través de la **Fábrica Nacional de Moneda y Timbre (FNMT)**. Siempre que esté oficialmente emitido, el sello de Correos tiene poder liberatorio del importe del franqueo en la cuantía que en el mismo se consigna.

También se emiten, como modalidad de franqueo, reproducciones del propio timbre postal, en sobre, tarjetas postales y cartas-sobre. En esta última modalidad se encuentran los sobres prefranqueados de venta en todas las oficinas de la red.

#### **B) Estampillas**

Las estampillas de franqueo reflejarán el valor de la tarifa o precio exigido por la prestación del servicio del que se trate, adhiriéndose a la cubierta de los envíos.

Son estampaciones en etiquetas autoadhesivas impresas por el valor seleccionado y emitidas por las estampilladoras de Correos.

En los envíos que los clientes depositen en oficinas franqueados con estampillas, se deberá:

- Comprobar que las estampillas llevan número de máquina y preguntar dónde han sido adquiridas.
- Si el número de envíos no es significativo, se fotocopiará el anverso y reverso de un envío, de forma que sea legible el número de máquina y el remitente. Se dará curso a los envíos y se pondrá en conocimiento del responsable de la Gerencia de Productos y Servicios.
- Si el número de envíos es masivo o se trata de un número significativo de envíos certificados, antes de proceder a su admisión se pondrá en conocimiento del responsable en la Jefatura de Red de Oficinas, fotocopinando el anverso y reverso de un envío en el que se vea con claridad el número o números de máquina que las ha expedido y remitente de los envíos, quedando a la espera de instrucciones.

#### **C) Franqueo a máquina**

El franqueo por medio de estampaciones de máquinas de franquear de modelos autorizados por Correos puede realizarse para toda clase de productos que circulan por el correo, en

sustitución de los sellos o simultáneamente con ellos, sea cual fuere el ámbito geográfico y la modalidad con que se admitan, cursen o entreguen.

En las estampaciones debe figurar la inscripción «CORREOS-ESPAÑA», y en el centro la indicación del valor del franqueo, todo ello en tinta azul.

Cuando se trate de objetos cuyas dimensiones no permitan la estampación o impresión directa, esta podrá obtenerse en una etiqueta o faja en la que figuren impresos el nombre y la dirección del remitente y del destinatario, y que habrá de adherirse en toda su extensión a los envíos respectivos. Este procedimiento no podrá, en ningún caso, aplicarse a la correspondencia asegurada.

Al lado de la estampación indicada lleva otra en la que consta la oficina de origen y la fecha, el nombre o razón social del titular de la máquina, y el número de matrícula.

Los titulares de máquinas no pueden franquear otra correspondencia que la de su propiedad, con las excepciones siguientes:

- Los hoteles o establecimientos similares pueden franquear con su máquina la correspondencia de las personas alojadas en ellos.
- Las empresas, la de sus sucursales o filiales, siempre que se haga constar en los sobres o cubiertas el nexo que las une.
- Las empresas de publicidad directa, la de sus clientes siempre que se exprese en las estampaciones el nombre o razón social de la empresa publicitaria.

La correspondencia franqueada a máquina debe depositarse en la oficina, acompañada del albarán de entrega correspondiente por duplicado, una para el cliente y otra para Correos.

#### **D) Franqueo concertado**

El franqueo concertado solo puede aplicarse a aquellos «periódicos» que hayan sido calificados como tales por Correos y posean autorización para utilizar este sistema de franqueo.

Solamente es válido para los envíos de carácter ordinario, en todos los ámbitos geográficos, y con las siguientes modalidades:

- Prensa (de suscripción y fuera de valija).
- Envíos con tarifa específica de periódico autorizada.

En la cubierta de los envíos debe aparecer la indicación «Franqueo Concertado» y el número clasificador o concierto dado por Correos, de forma aconsejable y no obligatoria.

Los depósitos deben realizarse en la Oficina de Correos de la localidad donde esté radicado el domicilio del editor, o en la Jefatura Zonal de la demarcación.

Excepcionalmente, la Sede Central puede autorizar el depósito en otras Jefaturas de Zona. El depósito se acompaña del Albarán de Entrega correspondiente.

### E) Franqueo pagado

El sistema de franqueo pagado requiere contrato previo con el remitente.

Los envíos deben depositarse en las oficinas autorizadas, debiendo reunir las siguientes características:

- En el ángulo superior izquierdo del anverso figura el membrete del remitente.
- El ángulo superior derecho lleva impreso un cajetín de forma rectangular que contiene en su lado izquierdo la cornamusa y, a continuación, en dos líneas, la indicación «Franqueo Pagado» y debajo, la indicación de producto del que se trata, por ejemplo, carta o publi-correo óptimo, etc.

El depósito se acompaña del albarán de entrega correspondiente.

### F) Franqueo en destino

Este sistema permite que el franqueo no sea abonado por el remitente, sino por el destinatario, a través de un apartado FD previamente contratado en la oficina.

Solamente puede utilizarse para cartas, tarjetas postales y hojas-pedido de librería y, en cualquier caso, como correspondencia ordinaria dentro del ámbito geográfico nacional.

Los envíos a franquear en destino podrán depositarse en los buzones de uso público sin necesidad de adherir franqueo.

- En la parte superior izquierda pueden llevar la indicación «Respuesta Comercial».
- En la mitad izquierda, una banda gruesa de trazos discontinuos en sentido vertical.
- En el ángulo superior derecho, un recuadro con la indicación «Franqueo en destino» (FD).
- Como señas del destinatario, el número del apartado FD y el Codired del lugar donde el FD está dado de alta para un buen encaminamiento de los envíos.



Puede efectuarse el pago a la recepción de los envíos o bien facturarse en un periodo determinado, previa firma de un contrato.

En el ámbito internacional existe un servicio similar denominado **Correspondencia comercial-Respuesta internacional (CCRI)**, cuya aplicación se extiende a cartas y tarjetas postales con un límite máximo de 250 gramos.

Excepto para los siguientes destinos:				
Austria	Eslovenia	Holanda	Letonia	Portugal
Bélgica	Estonia	Hungría	Lituania	Rep. Checa
Croacia	Finlandia	Irlanda	Luxemburgo	Rumanía
Dinamarca	Francia	Islandia	Noruega	Suecia
Eslovaquia	Grecia	Italia	Polonia	Suiza

### G) Vales respuesta («Coupon - Reponse»)

No se puede considerar un sistema de franqueo en sí mismo; estos vales deberán canjearse por sellos de Correos en las oficinas.

Son efectos emitidos por la Oficina Internacional de la Unión Postal Universal (UPU). Son expedidos por los países miembros que hayan aceptado encargarse de los mismos. Su plazo de validez es el que figura en el propio vale.

Se adquieren en un país y pueden canjearse en otro de la UPU, por sellos de Correos equivalentes al franqueo mínimo de una carta ordinaria, dirigida al extranjero en un valor fijado en las tarifas vigentes. Su canje se efectúa en todas las oficinas donde exista venta de sellos.

### 7.2.3. Objetos prohibidos y de circulación restringida

Se considerarán **objetos prohibidos como envíos postales** aquellos cuya circulación no esté permitida por motivos de seguridad, de sanidad pública, utilidad general y de protección del servicio postal universal.

Existen distintos tipos de prohibiciones aplicables a los objetos enviados a través de Correos:

- Las prohibiciones universales.
- Las prohibiciones propias de los distintos países derivadas de la regulación nacional en materia de importaciones.
- Las prohibiciones aplicables por los servicios postales de los distintos países (relativas a las mercancías cuya importación esté autorizada por ley pero prohibida por la normativa postal).

## ENUMERACIÓN DE OBJETOS PROHIBIDOS

No pueden incluirse en ninguna clase de envíos postales los objetos siguientes:

1. Los productos sometidos a régimen de reserva y no provistos de autorización especial para circular por la red postal.
2. El opio y sus derivados, la cocaína y demás estupefacientes y sustancias psicotrópicas, salvo si se envían con fines medicinales y acompañados de autorización oficial.
3. Los envíos cuya envoltura o cubierta contenga textos o dibujos que vulneren cualquiera de los derechos fundamentales de la persona.
4. Los envíos de armas, conforme a lo establecido en el Real Decreto 137/1993, de 29 de enero, por el que se aprueba el Reglamento de Armas.
5. Las materias explosivas, inflamables y otras peligrosas, salvo las biológicas perecederas, intercambiadas entre laboratorios oficialmente reconocidos, y las radiactivas depositadas por expedidores debidamente autorizados.  
A estos efectos, se considerarán materias o sustancias radiactivas las que sobrepasen los límites establecidos en la legislación sobre energía nuclear y sobre transporte de mercancías peligrosas, y será preceptivo que, en su traslado y embalaje, se cumplan las disposiciones de la Ley 25/1964, de Energía Nuclear, del Real Decreto 53/1992, de 24 de enero, de Protección Sanitaria contra Radiaciones Ionizantes, de las normas reguladoras del transporte de mercancías peligrosas y de las demás normativas específicas que resulten aplicables.
6. Los animales vivos, sin estar provistos de una autorización especial o ser intercambiados entre instituciones oficialmente reconocidas.
7. Los objetos cuyo tráfico sea constitutivo de delito.
8. Los objetos cuya naturaleza o embalaje puedan constituir un peligro para los empleados de los operadores postales que los manipulan o causar deterioro a otros envíos.
9. Los objetos cuya admisión o circulación esté prohibida en el país al que van destinados.
10. Los objetos cuya circulación esté prohibida en España, con arreglo a la normativa en vigor.
11. Los que se determine en convenios internacionales en los que España sea parte signataria.
12. Las baterías y pilas de litio que no vayan contenidas en un equipo, siempre que el envío vaya a circular por vía aérea, tanto para envíos nacionales como internacionales.
13. Los aerosoles NUNCA pueden circular por vía aérea.
14. Envíos postales que contengan restos o cenizas humanas.

### **CIRCULACIÓN DE ENVÍOS QUE CONTENGAN DETERMINADA CLASE DE ARMAS**

Las armas reglamentarias permitidas para circular por Correos para las que no se requiere guía de circulación son las que se detallan a continuación:

- Carabinas y pistolas, de tiro semiautomático y de repetición, y revólveres de doble acción, accionados por aire u otro gas no asimilados a escopetas.
- Carabinas y pistolas, de ánima lisa o rayada y de un solo tiro, y revólveres de acción simple, accionados por aire u otro gas comprimido no asimilados a escopetas.
- Las armas blancas y en general las de hoja cortante o punzante no prohibidas.
- Los cuchillos o machetes usados por unidades militares o que sean imitación de los mismos.
- Los arcos, las armas para lanzar líneas de pesca y los fusiles de pesca submarina que sirvan para disparar flechas o arpones, eficaces para la pesca y para otros fines deportivos.
- Los revólveres o pistolas detonadoras y las pistolas lanza-bengalas.

Las armas reglamentarias no detalladas en el punto anterior, es decir, las armas de fuego de todo tipo, así como las armas accionadas por aire u otro gas comprimido, cuando la energía cinética del proyectil en boca exceda de 24.2 Julios, no podrán circular por correo.

Los envíos que contengan armas de las permitidas podrán ser remitidos exclusivamente por empresas fabricantes, distribuidoras o comercializadoras de las mismas, previa formalización del correspondiente contrato con Correos, pudiendo ser destinados, según conste en dicho contrato, tanto a territorio nacional como a otros países en que esta clase de envíos estén permitidos.

En el contrato citado en el punto anterior, el remitente de los envíos deberá comprometerse, bajo su responsabilidad, a que el contenido de los envíos que deposite con arreglo al mismo es conforme a lo indicado en la instrucción ya mencionada, asumiendo expresamente que garantiza un adecuado acondicionamiento de los mismos, a fin de que no constituyan un peligro para los empleados de esta Sociedad Estatal, ni causen deterioro a otros envíos. A tal fin, de deberá consignar de forma visible en el embalaje de los envíos el contenido de los mismos.

Los productos a través de los que se cursen las armas permitidas que se detallan en este documento siempre deberán ir registrados, aplicando las directrices de trazabilidad establecidas para este tipo envíos.



### Comprobación del contenido de los envíos

**Cuando se sospeche** racionalmente que un envío presentado en una oficina Postal contiene algún objeto cuya circulación por la red postal esté prohibida o que no se ajuste al contenido declarado en el sobre o cubierta, siempre que sea preceptivo, **se invitará al remitente a que lo abra**, y si este no lo hiciese se denegará su admisión.

Análogo procedimiento se seguirá, siempre que sea posible, con los objetos depositados en los buzones.

Cuando Correos tenga fundada sospecha de que alguno de los envíos ya admitidos no pueda circular por la red postal o esté sometido a requisitos que no se hayan cumplido, procederá como se indica en el párrafo anterior, si no hubiera salido todavía de origen; remitiéndolo, en otro caso, con separación de los demás, a la oficina de destino. Desde esta oficina se notificará al destinatario dicha circunstancia, si se negase a su apertura, no se entregará y se dará traslado del hecho a la Secretaría General de Comunicaciones para que resuelva sobre el trato que deba darse al envío.

En la admisión de envíos internacionales que vayan a circular por vía aérea es de obligado cumplimiento comprobar las prohibiciones específicas del país de destino y la lista de prohibiciones generales.

### Procedimiento a seguir con los objetos prohibidos

Cuando los operadores postales adviertan la presencia de envíos del listado de la «Enumeración de objetos prohibidos», procederán, según los casos, en la forma que a continuación se detalla:

- a. Si se trata de alguno de los objetos relacionados en los puntos 1, 2 y 10 se seguirá el procedimiento que fije la normativa correspondiente.
- b. Los envíos a que se refiere el punto 6 cuando contengan animales dañinos, se comunicarán a la autoridad que corresponda.
- c. Los objetos relacionados con armas de fuego que no se ajusten a lo descrito en el apartado circulación postal de envíos que contengan determinada clase de armas, serán entregados a la Guardia Civil.
- d. Cuando se detecten objetos de los enumerados en el punto 5 se comunicará a la autoridad competente o a sus agentes, quienes determinarán, en cada caso, el procedimiento a seguir de acuerdo con la normativa vigente.

*(continúa en la página siguiente)*

e. Los objetos prohibidos, especialmente los enumerados en los puntos 2, 3, 4, 5 y 7 cuya circulación constituya materia delictiva, serán enviados a la autoridad judicial competente o a sus agentes.

f. Cuando se detecten envíos de los relacionados en el punto 14, se dará aviso a las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad que corresponda. Esto sin perjuicio de que también se informe al remitente a fin de que retire su envío.

Los objetos de circulación prohibida para los que no se establece un trato específico en los apartados anteriores serán devueltos a la oficina de origen, que dará seguidamente aviso al remitente para que los retire en los plazos reglamentarios. Los envíos no retirados oportunamente serán considerados como sobrantes, lo mismo que los de remitente desconocido.

Cuando Correos haya procedido con objetos de circulación prohibida en cualquiera de las formas señaladas en los apartados anteriores, informará, si procede, al remitente y a la autoridad competente.

#### 7.2.4. Mercancías peligrosas admisibles

El objetivo de este apartado es explicar la operativa de admisión de envíos para garantizar, en la medida de lo posible, que estos no contengan mercancías de las consideradas peligrosas y cuya admisión está prohibida, para su transporte por vía aérea.

Son **mercancías peligrosas (MMPP) prohibidas para el transporte aéreo** las recogidas en las nueve clases que se detallan a continuación.

OBJETOS PELIGROSOS	EJEMPLOS
Explosivos	Municiones, fuegos artificiales, detonadores, cohetes y petardos.
Gases comprimidos, no inflamables e inflamables	Productos en aerosol, butano, encendedores cargados con butano y extintores que contengan gas comprimido.
Líquidos inflamables	Gasolina, solventes inflamables y compuestos para limpieza, pinturas y decapantes inflamables.
Sólidos inflamables	Cerillas de todo tipo, películas de nitrato de celulosa y sustancias que se vuelven peligrosas cuando absorben humedad.
Materias oxidantes	Sustancias que producen fácilmente oxígeno, peróxido orgánico tales como tintes para el cabello o para textiles, ciertos decolorantes y adhesivos.

(continúa en la página siguiente)

## Glosario

**OACI:** Organización de Aviación Civil Internacional es una agencia de la Organización de las Naciones Unidas para estudiar los problemas de la aviación civil internacional y promover normativas comunes en la aeronáutica mundial.

OBJETOS PELIGROSOS	EJEMPLOS
Materias oxidantes	Sustancias que producen fácilmente oxígeno, peróxido orgánico tales como tintes para el cabello o para textiles, ciertos decolorantes y adhesivos.
Objetos tóxicos o nocivos	Drogas y medicamentos, con excepción de muestras de veneno, de sustancias tóxicas, de drogas y de medicamentos con receta, embaladas y enviadas de acuerdo con las disposiciones vigentes.
Materias radiactivas	Muestras para uso médico o científico que contengan fuentes de radioactividad.
Materias corrosivas	Líquidos de limpieza corrosivos, productos decapantes o antioxidantes, instrumentos que contengan mercurio y fluido para baterías.
Otros objetos peligrosos	Sustancias anestésicas, nocivas, tóxicas o que presenten otras características que puedan causar graves molestias o malestar en caso de fuga; objetos intensamente imantados.

La UPU y la OACI son los organismos que dictan las normas para transportar mercancías peligrosas por correo en las excepciones que se detallan:

## Glosario

**IITT:** Instrucciones Técnicas para la seguridad del transporte aéreo de las mercancías peligrosas.

- Muestras de pacientes definidas, clasificadas, embaladas y marcadas según lo indicado en IITT.
- Sustancias infecciosas de la categoría B (ONU 3373), embaladas según Instrucción de embalaje 650 y hielo seco como refrigerante para 3373.
- Material radiactivo.
- Baterías de ion litio o metal litio:
  - Baterías de ion litio instaladas en un equipo (ONU 3481) según la instrucción de embalaje 967. Máximo 4 pilas ( $\leq 20$  Wh) o 2 baterías ( $\leq 100$  Wh) en un solo bulto.
  - Baterías de metal litio instaladas en un equipo (ONU 3091) según la Instrucción de embalaje 970. Máximo 4 pilas ( $\leq 1$  g) o 2 baterías.

## Glosario

**ID ONU:** Los números ONU son números de cuatro cifras que identifican grupos de sustancias y objetos peligrosos. Son determinados por expertos de la comisión de Naciones Unidas para el transporte de mercancías peligrosas.

### A) Tratamiento de las mercancías peligrosas

**Obligaciones del remitente.** El remitente tiene la responsabilidad de:

- Comunicar la presencia de mercancías peligrosas (MMPP).
- Completar la documentación específica al tipo de envío elegido.
- Utilizar un embalaje adaptado a la forma y naturaleza del contenido.

**Obligaciones del personal de Atención al Cliente (ATC).** El empleado de admisión deberá comprobar que se cumplen todos los requisitos exigidos y que el remitente es consciente de las restricciones del envío de MMPP.

El personal de ATC deberá preguntar al cliente por el contenido exacto del envío y, además:

- Entregar al cliente el **folleto informativo sobre mercancías peligrosas** que está disponible en las oficinas.

- Verificar si el país de destino acepta baterías de litio.
- Comprobar que el embalaje es resistente, construido en un material adecuado y está adaptado a la forma y naturaleza del contenido (si existen dudas, ver Condiciones generales relativas a los embalajes 4.1.1 BOE 71- 24/03/2014).
- Cuando se sospeche racionalmente que un envío presentado en la oficina contiene algún objeto cuya circulación por la red postal esté prohibida o no se ajusta al contenido declarado, se invitará al remitente a que lo abra, y si no lo hiciese se denegará su admisión.
- Informar al cliente que, si con motivo del escaneo del envío postal en el primer centro de tratamiento se observara que contiene objetos cuya circulación está prohibida, se procederá a su devolución a la oficina de origen, que dará seguidamente aviso al remitente para que lo retire.

**Si el envío contiene alguna de las MMPP de las admitidas para su curso por vía aérea, debe admitirse como envío registrado** para que en todo momento puedan estar identificados el remitente y destinatario.

### Embalaje prohibido

**Nunca se admitirá un envío cuyo embalaje tenga alguna de las marcas o etiquetas detalladas en la siguiente tabla,** aunque su contenido no sea mercancía peligrosa:



(continúa en la página siguiente)



## B) Admisión de Mercancías Peligrosas

En la admisión de envíos postales, lo primero que hay que hacer es **marcar si el envío contiene mercancía peligrosa de las permitidas para su circulación.**

- Si se marca N, permite admitir todo tipo de envíos.
- Si se marca S, no permite admitir envíos ordinarios, puesto que, como ya está descrito en los diferentes documentos y procesos, los envíos deberán ir registrados para poder tenerlos controlados a lo largo de todo el proceso.

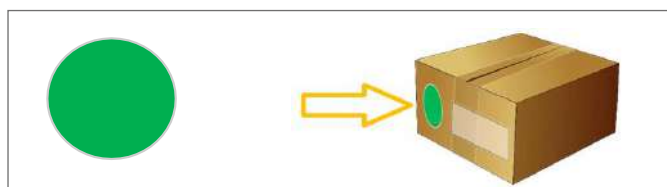
- **Se admitirá como envío registrado:**

- Se rellenarán en el sistema los campos de remitente y destinatario, indicando teléfono de remitente y destinatario si es posible.
- En la pantalla de descripción del contenido se elegirá uno de estos dos tipos: *Documento* o *Mercancía*, y a partir de aquí se realizará una descripción detallada, evitando anotar generalidades.

Realizados todos los puntos anteriores, **se dará de alta el envío**. Aparecerá el **Formulario de Admisión Nacional o Admisión Internacional** en la tableta digital para que el cliente firme la aceptación de datos grabados, que el contenido declarado es correcto y que se hace responsable de las consecuencias de una declaración falsa o incompleta.

Una vez firmado, **el usuario aceptará la admisión** y se imprimirá la **Etiqueta comercial** con declaración de contenido; en los casos en que sea necesario, el sistema imprimirá el CN23; o cuando se trate de envíos para países de Unión Europea, la etiqueta comercial con declaración de contenido.

Finalmente, **se identificará el envío que contenga mercancías peligrosas, de las admitidas, con una etiqueta verde.**


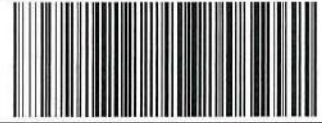



## Glosario



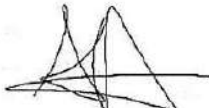
**CN23:** Los formularios CN22 y CN23 son declaraciones de aduanas de uso exclusivo de los operadores postales miembros de la Unión Postal Universal (UPU), para los envíos internacionales. Esta declaración contiene los datos que serán necesarios para la ultimación en destino de la declaración de importación, a presentar ante la aduana por el operador postal de destino.




**1. Formulario de Admisión Nacional**, en el que se indica la responsabilidad del remitente de realizar una declaración correcta.

		<b>NACIONAL</b>			
Producto: CARTA CERTIFICADA		DESTINATARIO	[Redacted]		
Código envío: [Redacted]			28071 MADRID		
Oficina de admisión: 2872594 - MADRID SUC 12			[Redacted]		
Fecha/Hora: 26/06/2018 09:57:15	Peso: 29,00	REMITENTE	[Redacted]		
Valores añadidos e importe AR			28042 MADRID		
Importe a pagar: 4,37			[Redacted]		
 Firma Remitente o Autorizado					
Acepto y conozco las condiciones de servicio y las restricciones que se aplican al envío de mercancías peligrosas					
<b>CONDICIONES GENERALES DEL SERVICIO</b> Las siguientes condiciones serán de aplicación al servicio contratado, cuyo número aparece en el presente contrato. Al confiarles su envío, usted los acepta en su propio nombre o en el de cualquier otra persona que pudiera tener interés en el envío independientemente de si firma o no en este albarán NO NEGOCIABLE. Nuestros términos y condiciones son aplicables a cualquier otra compañía cuyos servicios utilicemos para la recogida, transporte o entrega de su envío. Este albarán será válido para Correos, una vez que se le haya entregado a usted o a su agente el justificante de admisión del envío.					
<b>1.- Obligaciones del remitente</b> 1.1.- El remitente respalda el cumplimiento de la normativa aplicable vigente en materia de mercancías restringidas y prohibidas para el transporte por Correos. El remitente se hace responsable de las consecuencias que de una declaración incorrecta, incompleta, falsa o fraudulenta con respecto al envío o a una parte de cualquiera de ellos, pudiera derivarse, exonerando a Correos de cualquier responsabilidad. CORREOS informa que en los casos legalmente establecidos las autoridades competentes podrán abrir e inspeccionar un envío sin notificación previa al remitente. 1.2.- Todos los envíos cumplen los requisitos de dimensiones, peso y acondicionamiento que deben reunir para su correcta circulación (puede consultar estos requisitos en la página web www.correos.es, en cualquier oficina de Correos o a través del teléfono de atención al cliente 900400004). Correos no admitirá envíos abiertos, sin embalar, insuficientemente protegidos o aquellos cuya forma y contenido conlleven un riesgo de causar daño a las personas o las cosas.					
<b>2.- Régimen de Responsabilidad</b> Serán por cuenta del remitente los daños y menoscabos sufridos durante el transporte y hasta la entrega por caso fortuito, fuerza mayor o naturaleza y vicio propio de las cosas. Caso de productos perecederos, no se indemnizará por la pérdida o deterioro de los mismos como consecuencia de la acción temporal, si la entrega del envío se produce dentro del plazo garantizado, según productos que así lo contemplan. Correos no indemnizará cantidad alguna cuando el envío esté contemplado entre los excluidos para circular por Correos. Tampoco lo será por daños consecuentes o extraordinarios, ni por lucro cesante o cualquier otra pérdida indirecta que se derive del extravío, daño, retraso, entrega incorrecta o no entrega de su envío. 2.1.- Las garantías relativas a la pérdida, sustracción, deterioro o incumplimiento de los plazos de entrega del producto contratado se ajustarán a las condiciones y cuantías fijadas (puede consultar estas garantías, condiciones y cuantías en la página web www.correos.es, en cualquier oficina de Correos o a través del teléfono de atención al cliente 900400004). Estas condiciones estarán sujetas a las características propias de cada producto. Reembolso: Si la incidencia se produce con anterioridad a la entrega del envío al destinatario, la indemnización será la determinada para el producto al que acompaña. En el supuesto de pérdida o sustracción de la cantidad procedente de reembolso a pagar al remitente, Correos procederá a la devolución de dicho importe. Valor declarado: la indemnización será por importe del valor que se haya asegurado (hasta un máximo de 3.000 euros). Seguro: En caso de siniestro se indemnizará por el menor de las siguientes cantidades: 1) por el valor declarado, 2) por reposición del objeto extraviado; y 3) por reparación del objeto dañado. La cobertura excluye el dolo, derrames ordinarios, pérdida de peso/volumen por merma natural y uso y desgaste de los bienes debidos a vicio propio. 2.2.- Reclamaciones: Si desea presentar una reclamación por pérdida, daño o retraso de su envío, deberá efectuarla en cualquiera de nuestras oficinas, llamando al 900400004 o a través de Internet (www.correos.es). Correos considera que el envío se ha entregado en buen estado, a menos que el destinatario haya hecho constar sus reservas en nuestro albarán de entrega, en caso de daños y/o pérdida parcial a la recepción del envío. Las reclamaciones deberán ser formuladas dentro de las condiciones y plazos máximos y mínimos establecidos para cada producto. (Puede consultar estos plazos en la página web www.correos.es, en cualquier oficina de Correos o a través del teléfono de atención al cliente 900400004).					
<b>3.- CLÁUSULA RGPD</b> Sus datos de carácter personal serán tratados por Correos para las siguientes finalidades: 1. Para proceder a la prestación del servicio contratado. 2. Para dar cumplimiento a las obligaciones legales atribuidas a Correos lo que pueda implicar su comunicación a AAPP y tribunales a través de los canales legales establecidos. 3. Para realizar estudios estadísticos (previa anonimización) y encuestas de satisfacción, por tener interés legítimo en mejorar nuestros servicios. Para el desarrollo de estas finalidades, sus datos se conservarán el plazo necesario, siendo, posteriormente, bloqueados y eliminados una vez hayan prescrito las acciones derivadas (5 años para la mayoría de acciones civiles). Puede revocar su consentimiento y ejercitar sus derechos de acceso, rectificación, supresión, oposición, limitación al tratamiento o portabilidad en la dirección indicada: Vía Dublin, nº 7 28042 Madrid o en el e-mail derechos.protecciondatos.correos@correos.com. Asimismo, puede interponer una reclamación ante la AEPD si considera perjudicados sus derechos. Puede obtener más información, solicitándolo en ventanilla.					
<b>4.- Ley y jurisdicción</b> La ley aplicable será la española y la jurisdicción la de los Juzgados y Tribunales de la capital de la provincia de la Plaza donde se admita al envío. Para cualquier duda solicite información.					

**2. Formulario de Admisión Internacional**, en el que se indica la responsabilidad del remitente de realizar una declaración correcta.

		<b>INTERNACIONAL INTERNACIONAL</b>		
Producto / Product: <b>CARTA CERTIFICADA</b>		<b>DESTINATARIO/ ADDRESSEE</b>	[Redacted]	
Código envío / Code of Item: [Redacted]			4460 GRACE - HOLLONGNE	
Oficina de admisión / Admissions office: 2872694 - MADRID SUC 12				
País destino / Destination country: BELGICA		<b>REMITENTE/ SENDER</b>	[Redacted]	
Fecha/Hora // Date/Time: 26/06/2018 09:16:33	Peso/Weight: 722,00		28020 MADRID	
Valores añadidos e importe reembolso / Additional services and cash-on-delivery amount:  Importe a pagar / Amount to pay : 16,55				
Instrucciones en caso de no entrega / Instructions in case of non-delivery:				
 Firma Remitente o Autorizado / Sender's Signature				
Acepto y conozco las condiciones de servicio y las restricciones que se aplican al envío de mercancías I accept and know the conditions of service and the restrictions applied to the shipping of dangerous goods				
<b>CONDICIONES GENERALES DEL SERVICIO</b> Las siguientes condiciones serán de aplicación al servicio contratado, cuyo número aparece en el presente contrato. Al contratar su envío, usted las acepta en su propio nombre o en el de cualquier otra persona que pudiera tener interés en el envío independientemente de si firma o no este albarán NO NEGOCIABLE. Nuestros términos y condiciones son aplicables a cualquier otra compañía cuyos servicios utilicemos para la recogida, transporte o entrega de su envío. Este albarán será válido para Correos, una vez que se le haya entregado a usted o a su agente al justificante de admisión del envío.				
<b>1.- Obligaciones del remitente</b> 1.1.- El remitente respalda el cumplimiento de la normativa aplicable vigente en materia de mercancías restringidas y prohibidas para el transporte por Correos. El remitente se hace responsable de las consecuencias que de una declaración incorrecta, incompleta, falsa o inexacta con respecto al envío o a una parte de cualquiera de éste, pudiera derivarse, exonerando a Correos de cualquier responsabilidad. Asimismo manifiesta, declara y garantiza que ha informado al destinatario de los aspectos contenidos en este documento y obtenido su autorización para facilitar los datos que figuran en el presente documento a CORREOS para la prestación del servicio postal solicitado. CORREOS informa que en los casos legalmente establecidos las autoridades competentes podrán abrir e inspeccionar un envío sin notificación previa al remitente. 1.2.- Si el producto contenido es un paquete, el remitente se hará cargo de todos los gastos que gravan el paquete devuelto a origen, incluso si determina abandonarlo. 1.3.- Todos los envíos cumplen los requisitos de dimensiones, peso y acondicionamiento que deben reunir para su correcta circulación (puede consultar estos requisitos en la página web www.correos.es, en cualquier oficina de Correos o a través del teléfono de atención al cliente 900400034). Correos no admitirá envíos abiertos, en embalaje insuficientemente protegidos o aquellos cuya forma y contenido conlleven un riesgo de causar daño a las personas o las cosas.				
<b>2.- Régimen de responsabilidad</b> Sinón por cuenta del remitente los daños y menoscabos sufridos durante el transporte y hasta la entrega por caso fortuito, fuerza mayor o naturaleza y vicio propio de las cosas. Caso de productos perecederos, no se indemnizará por la pérdida o deterioro de los mismos como consecuencia de la acción temporal, si la entrega del envío se produce dentro del plazo garantizado, según productos que así lo contemplan. Correos no indemnizará cantidad alguna cuando el envío esté contemplado entre los excluidos para circular por Correos. Tampoco lo será por daños consecuentes o extraordinarios, ni por lucro cesante o cualquier otra pérdida indirecta que se derive del extravío, daño, retraso, entrega incompleta o no entrega de su envío. 2.1.- Las garantías relativas a la pérdida, sustracción, deterioro o incumplimiento de los plazos de entrega del producto contratado se ajustarán a las condiciones y cuantías fijadas (puede consultar estas garantías, condiciones y cuantías en la página web www.correos.es, en cualquier oficina de Correos o a través del teléfono de atención al cliente 900400034). Estas condiciones estarán sujetas a las características propias de cada producto. Para los siguientes valores añadidos (reembolso, valor declarado y seguro) consultar productos y países que los admiten. Reembolso: Si la incidencia se produce con anterioridad a la entrega del envío al destinatario, la indemnización será la que se indique para el producto al que acompaña. En el supuesto de pérdida o sustracción de la cantidad procedente de reembolso a pagar al remitente, Correos procederá a la devolución de dicho importe. Valor declarado: la indemnización será por importe del valor que se haya asegurado (hasta un máximo de 2.000 euros). Seguro: En caso de siniestro se indemnizará por el menor de las siguientes cantidades: 1) por el valor declarado, 2) por reposición del objeto extraviado, y 3) por reparación del objeto dañado. La cobertura excluye el dolo, derrames ordinarios, pérdida de posesión por fuerza robatoria y uso y consumo de los bienes cedidos a vicio propio. 2.2.- Reclamaciones: Si desea presentar una reclamación por pérdida, daño o retraso de su envío, deberá efectuarse en cualquier una de nuestras oficinas, llamando al 900400034 o a través de internet (www.correos.es). Correos considera que el envío se ha entregado en buen estado, a menos que el destinatario haya hecho constar sus reservas en nuestro albarán de entrega, en caso de daños y/o pérdida parcial a la recepción del envío. Las reclamaciones deberán ser formuladas dentro de las condiciones y plazos máximos y mínimos establecidos para cada producto (puede consultar estos plazos en la página web www.correos.es, en cualquier oficina de Correos o a través del teléfono de atención al cliente 900400034).				
<b>3.- CLÁUSULA RGPD</b> Sus datos de carácter personal serán tratados por Correos para las siguientes finalidades: 1. Para proceder a la prestación del servicio contratado. 2. Para dar cumplimiento a las obligaciones atribuidas a Correos lo que puede implicar su comunicación a AAPP y tribunales a través de los canales legales establecidos. 3. Para realizar estudios estadísticos (previa anonimización) y encuestas de satisfacción, por tener interés legítimo en mejorar nuestros servicios. Para el desarrollo de estas finalidades, sus datos se conservarán el plazo necesario, siendo, posteriormente, bloqueados y eliminados una vez hayan prescrito las acciones derivadas (6 años para la mayoría de acciones civiles). Puede revisar su consentimiento y ejercitar sus derechos de acceso, rectificación, supresión, oposición, limitación al tratamiento o portabilidad en la dirección indicada: Vía Dublin, nº 7 28042 Madrid o en el e-mail derechos.protecciondatos.correos@correos.com. Asimismo, puede interponer una reclamación ante la AEPD si considera conculcados sus derechos. Puede obtener más información, solicitándolo en venanzita.				
<b>4.- Ley y jurisdicción</b> La ley aplicable será la española y la jurisdicción la de los Juzgados y Tribunales de la capital de la provincia de la Plaza donde se admita el envío. Para cualquier duda solicite información.				

**3. Etiqueta comercial con declaración de contenido** para adjuntar a paquetería y cartas con destino a Unión Europea, para que se imprima en la admisión de cartas, siempre haya que marcar un contenido diferente a documentos.



CORREOS		ETIQUETA COMERCIAL CON DECLARACIÓN DE CONTENIDO / COMMERCIAL LABEL CONTENT CLAIM	
<b>De</b>	Nombre/ Empresa Name/ Business		
<b>From</b>	Calle Street		
	Cod.Postal                      Ciudad PostCode                              City		
	País Country		
<b>Para</b>	Nombre/ Empresa Name/ Business		
<b>To</b>	Calle Street		
	Cod.Postal                      Ciudad PostCode                              City		
	País Country		
		Peso Bruto Total (kg) / Total Gross Weight	
Descripción detallada del contenido Detailed description of contents		Cantidad Quantity	Peso Neto (kg) Net weight

Correos le informa que de conformidad con la Política de protección de datos sus datos de carácter personal serán tratados según el presente anexo al contrato, que sustituye la cláusula de protección de datos incluida en sus condiciones generales del servicio, para las siguientes finalidades:

1. Para proceder a la prestación del servicio contratado.
2. Para dar cumplimiento a las obligaciones legales atribuidas a Correos lo que puede implicar su comunicación a AAPP y tribunales a través de los cauces legales establecidos.
3. Para realizar estudios estadísticos (previa anonimización) y encuestas de satisfacción, por tener interés legítimo en mejorar nuestros servicios.

Para el desarrollo de estas finalidades, sus datos se conservarán el plazo necesario, siendo, posteriormente, bloqueados y eliminados una vez hayan prescrito las acciones derivadas (5 años para la mayoría de acciones civiles).

Puede revocar su consentimiento y ejercitar sus derechos de acceso, rectificación, supresión, oposición, limitación al tratamiento o portabilidad en la dirección indicada: c/ Conde de Peñalver, nº 19, 28006 Madrid o en el e-mail [derechos.protecciondatos.correos@correos.com](mailto:derechos.protecciondatos.correos@correos.com). Asimismo, puede interponer una reclamación ante la AEPD ([www.agpd.es](http://www.agpd.es)) si considera conculcados sus derechos o contactar con nuestro Delegado de Protección de Datos en [dpdgrupocorreos@correos.com](mailto:dpdgrupocorreos@correos.com).

Puede obtener más información, solicitándolo en ventanilla.

En....., a..... de.....de 20.....

Firma Remitente o Autorizado.



## 4. Formulario CN23.

The item/parcel may be opened officially		CUSTOMS DECLARATIONS				CN 23
De From	Nombre Name					
	Empresa Business					
	Calle Street					
	C.P. Postcode	Ciudad City				
	País Country					
Para To	Nombre Name					
	Empresa Business	Referencia del importador (código fiscal/nº de IVA) Importer's reference (tax code/VAT No.)				
	Calle Street	Nº de teléfono/fax/e-mail del importador Importer's telephone/fax/e-mail				
	C.P. Postcode	Ciudad City	Referencia aduanera del expedidor Sender's Customs reference			
	País Country					
Descripción detallada del contenido Detailed description of contents		Cantidad Quantity	Peso (Kg) Net weight	Valor (€) Value	Nº tarifario del SA HS tariff number	País origen mercancía Country of origin of goods
Peso bruto total Total gross weight		Valor Total Total value			Gastos de porte/Tasas Postal charges/Fees	
Tipo de envío / Category of item		Muestra comercial Commercial sample		Mercancías Goods		Oficina de origen/Fecha de depósito Office of origin/Date of posting
<input type="checkbox"/> Regalo / Gift		Mercancía devuelta Returned goods		Explicación: Explanation		
<input type="checkbox"/> Documentos / Documents		Otros / Other				
Observaciones : (p. ej. mercancía sujeta a cuarentena/ a controles sanitarios, fitosanitarios o a otras restricciones) Comments : (e.g.: goods subject to quarantine, sanitary/phytosanitary inspection or other restrictions)				Certifico que la información dada en la presente declaración de aduana es exacta y que este envío no contiene ningún objeto peligroso o prohibido por la legislación o por la reglamentación postal o aduanera. I certify that the particulars given in this customs declaration are correct and that this item does not contain any dangerous article or articles prohibited by legislation or by postal or customs regulations.		
<input type="checkbox"/> Licencia / Licence		<input type="checkbox"/> Certificado / Certificate		<input type="checkbox"/> Factura / Invoice		Fecha y firma del remitente Date and sender's signature
Nº		Nº		Nº		
Instrucciones del expedidor en caso de no entrega Sender's instructions in case of non-delivery			<input type="checkbox"/> Devolver al remitente / Return to sender		<input type="checkbox"/> Tratar como abandonado / Treat as abandoned	

## 7.2.5. Emisión de facturas por servicios de cobro al contado

Según establece el artículo 1 del **Reglamento que regula las obligaciones de facturación** (aprobado por el Real Decreto 1619/2012, de 30 de noviembre), los empresarios o profesionales están obligados a expedir y entregar, en su caso, factura u otros justificantes por las operaciones que realicen en el desarrollo de su actividad empresarial o profesional, así como a conservar copia o matriz de aquellos. **Correos**, en su condición de persona jurídica que desarrolla una actividad empresarial, **está sujeto a esa obligación**, por lo que debe ajustarse a la normativa vigente y documentar sus operaciones con las correspondientes facturas.

**La obligación de expedir factura completa**, en la que consten, entre otros datos, la identificación del destinatario (NIF, Apellidos y Nombre o Razón Social y Domicilio), se puede sustituir por la expedición de una **factura simplificada** cuando su importe no exceda de 400 €, impuestos incluidos, según el artículo 4 del Reglamento citado.

No obstante lo anterior, en el caso de que el destinatario exija una **factura completa** con sus datos identificativos, porque así lo necesite para el ejercicio de cualquier derecho de naturaleza tributaria, Correos estará obligado a emitirla (art.2.2.a) del mencionado Regla-

mento). Por ello es imprescindible conocer el mismo día de la venta si el cliente va a precisar una factura completa, para que esta pueda ser generada en la Oficina correspondiente ese mismo día (bien por el mismo cartero, o bien por personal de la Oficina en el caso de que sea el cliente quien acuda a esta), puesto que no será posible generar esa factura completa *a posteriori*.

### A) Facturas para clientes extranjeros

Cuando el cliente sea extranjero —en el momento de emitir la factura—, habrá que indicar, en el campo del documento de identificación del cliente (NIF/CIF), el **código ISO del país de procedencia del cliente**. El código ISO se introducirá antes que el número de identificación.

Ejemplo: Si el número de identificación es M45687902 y el cliente es alemán, en el campo del documento de identificación del cliente (NIF/CIF) habrá que introducir:

DEM45687902

Los códigos ISO de cada país de la Unión Europea se recogen en la siguiente tabla. Para el resto de los países se utilizará el **código OT**.

TERRITORIOS DE APLICACIÓN DEL IVA. LETRAS NIF-IVA		
País	Letras	Observaciones
Alemania	DE	Excluida Isla de Helgoland y el territorio de Büsingen.
Austria	AT	
Bélgica	BE	
Bulgaria	BG	
Chipre	CY	
Dinamarca	DK	Excluidas las Islas Feroe y Groenlandia.
Eslovaquia	SK	
Eslovenia	SI	
Estonia	EE	
Finlandia	FI	Excluidas las Islas Aland.
Francia	FR	Incluido Mónaco. Excluidos departamentos franceses de ultramar: Isla Reunión, Guadalupe, Martinica y Guayana Francesa.
Grecia	GR	Excluido Monte Athos.
Hungría	HU	
Irlanda	IE	
Italia	IT	Excluido Liviano y el municipio de Campione d'Italia.
Letonia	LV	
Lituania	LT	
Luxemburgo	LU	
Malta	MT	
Países Bajos	NL	
Polonia	PL	
Portugal	PT	Excluidas las Islas de Azores y Madeira.

(continúa en la página siguiente)

TERRITORIOS DE APLICACIÓN DEL IVA. LETRAS NIF-IVA		
País	Letras	Observaciones
República Checa	CZ	
Rumanía	RO	
Suecia	SE	
RESTO DE PAÍSES DEL MUNDO	OT	

## B) Facturas recapitulativas

La oficina, a petición de un cliente, puede emitir facturas recapitulativas de operaciones realizadas en la propia oficina o en otra/s. Estas facturas solo se pueden solicitar *a posteriori*, nunca en el momento de la compra.

La factura recapitulativa refleja una o varias facturas simplificadas de compra, que se hayan emitido el mismo mes y año, con una antigüedad máxima de un año.

Las operaciones reflejadas en la factura recapitulativa aparecen desglosadas por días, bloques de facturas simplificadas, tipo impositivo y categoría postal o no postal.

Además, las facturas simplificadas deben pertenecer a una misma zona impositiva, esto es, no se pueden emitir facturas con facturas simplificadas que, siendo del mismo mes y año, se hayan obtenido, por ejemplo, en oficinas de la península y de Canarias o Ceuta y Melilla, etc.

A través de IRIS podemos:

- Crear facturas recapitulativas.
- Consultar facturas recapitulativas.

Para llegar al módulo de **creación de facturas recapitulativas**, hay que seguir la siguiente ruta en **IRIS > Menú > Gestión > Facturas > Factura Recapitulativa**.

The screenshot shows the IRIS system interface. On the left, there is a vertical navigation menu with the following items: Admisión, Mantenimiento, Reimpresión Fra.Simp, Listados, Apartados, Control Stock Usuario, Bolsa Compra, Servicios Generales, Ficha Rectificativa, Alta de Clientes, Gestión de Bancos, Gestión Caja, Balance Tesorería, Tramitación Certificaciones, Planificador, Facturas, Reimpresión de Factura, Factura Recapitulativa, Consulta Factura Recapitulativa, and Autorización Devolución. The 'Facturas' item is highlighted with a blue box. In the main area, there are sections for 'Mensajes de Servicio', 'Información comercial', and 'Llamadas a sistemas externos'. On the right side, there are buttons for 'Servicios Relacionados', 'Últimos Servicios', 'Cliente Tarjeta', 'Nuevo Cliente', 'Total Bolsa', 'Cobrar Bolsa', and 'Gestor Turnos' with a checked 'Automático' option.



Una vez dentro del módulo de facturas, habrá que introducir las facturas simplificadas para las que se va a solicitar factura recapitulativa. **La información de las facturas simplificadas se puede introducir de dos maneras:**

a) Introduciendo en el sistema toda la secuencia de dígitos de la factura simplificada:

Correos IRIS Inicio > Gestión > Facturas > Factura Recapitulativa

Facturas Recapitulativas

Solicitud de Factura Recapitulativa

Nº Fra. Simp  
280001020190816000006

Nº Fra. Simp desglosada

Oficina: [ ] [ ]  Fijar Oficina

Fecha: [ ] [ ] [ ] [ ]  Fijar Fecha

Código: [ ] [ ] [ ] [ ]

Añadir

Fras. Simp de la factura	Datos de la Factura
	País: ESPAÑA
	NIF/CIF cliente: ES
	Num. Fras. Simp: 0
	Importe base: 0,00
	Impuesto: 0,00
	Importe total: 0,00
	Descuento: 0,00
	Prefranqueo: 0,00
	Importe factura: 0,00

Eliminar Solicitar Limpiar

Servicios Relacionados: Consulta de Facturas

Últimos Servicios

Cliente Tarjeta

Nuevo Cliente

Total Bolsa: [ ] [ ] [ ] [ ]

Cobrar Bolsa

Gestor Turnos:  Automático

b) Introduciendo de forma desglosada el código de la factura simplificada:

- Codired de la oficina donde se emitió.
- Fecha en la que se emitió, en el formato dd/mm/aaaa.
- Últimos 6 dígitos.

Correos IRIS Inicio > Gestión > Facturas > Factura Recapitulativa

Facturas Recapitulativas

Solicitud de Factura Recapitulativa

Nº Fra. Simp

Nº Fra. Simp desglosada

Oficina: 2800010 MADRID OP  Fijar Oficina

Fecha: 16/08/2019  Fijar Fecha

Código: 000006

Añadir

Fras. Simp de la factura	Datos de la Factura
	País: ESPAÑA
	NIF/CIF cliente: ES
	Num. Fras. Simp: [ ]
	Importe base: [ ]
	Impuesto: [ ]
	Importe total: [ ]
	Descuento: [ ]
	Prefranqueo: [ ]
	Importe factura: [ ]

Eliminar Solicitar Limpiar

Servicios Relacionados: Consulta de Facturas

Últimos Servicios

Cliente Tarjeta

Nuevo Cliente

Total Bolsa: [ ] [ ] [ ] [ ]

Cobrar Bolsa

Gestor Turnos:  Automático

Si el usuario decide introducir los 3 campos por separado, el campo «Nº Fra. Simp», se irá rellenando con los datos que el usuario vaya introduciendo. Al introducir las facturas simplificadas emitidas, el usuario tendrá la opción de fijar el Codired de la oficina en la que se emitió el *ticket*, aunque por defecto se mostrará la oficina en la que se está trabajando y, si lo desea, igualmente podrá fijar la fecha de emisión del *ticket*. Para ello se utilizan los *check* que aparecen al lado de cada uno de los campos a rellenar.

Una vez introducidas todas las facturas simplificadas, habrá que rellenar el campo NIF/CIF del cliente que solicita la factura, debiendo presentar el formato correcto ya que la aplicación lo validará. Cuando se haya introducido, se pulsará el botón «Solicitar», para obtener la factura recapitulativa correspondiente.

Es posible emitir, para un mismo cliente, varias facturas recapitulativas del mismo mes y la misma zona impositiva, con la única condición de que no se repitan, es decir, una misma factura simplificada no puede incluirse en más de una factura recapitulativa.

También es posible solicitar de nuevo facturas recapitulativas previamente emitidas. Para ello se deben introducir en IRIS una serie de parámetros que permitan localizar la factura, como el rango de fechas, NIF/CIF del cliente o número de factura simplificada. Una vez identificada la factura en cuestión, es posible imprimirla de nuevo.

La **consulta de facturas recapitulativas** se hace en **Menú > Gestión > Facturas > Consulta de Factura Recapitulativa**.



Una vez dentro del módulo de consulta de facturas, habrá que introducir los parámetros necesarios para poder realizar la búsqueda. La aplicación, por defecto, muestra el Codired de la oficina donde se está trabajando —campo que no es editable— y será obligatorio indicar un rango de fechas para iniciar la búsqueda. Además, se podrá añadir un número de factura simplificada concreto o el NIF/CIF del cliente que solicitó dicha factura. Una vez introducido uno o varios de esos parámetros, se activará el botón «Buscar».

**Correos IRIS** Inicio > Gestión > Facturas > Consulta Factura Recapitulativa

**Facturas Recapitulativas**

**Criterio de Búsqueda**

Nº Fra. Simp:

País: Otro

Documento:

Oficina: 2800010

Fecha Solicitud: Desde 01/08/2019 Hasta 16/08/2019

**Buscar**

**Resultados de la Búsqueda**

Oficina	Usuario	Fecha Solicitud	Mes Fras. Simp	NIF/CIF cliente	Nº Fra. Simp asociados

**Consultar**

**Servicios Relacionados**  
 Nueva Factura

**Últimos Servicios**

**Cliente Tarjeta**

**Nuevo Cliente**

**Total Bolsa**  
 Cobrar Bolsa

**Gestor Turnos**  
 Automático

La aplicación mostrará todas las facturas que cumplan los rangos de criterios introducidos. En los resultados de la búsqueda saldrá especificada la oficina desde la que se realizó esa factura recapitulativa, el usuario que la hizo, el mes y año al que pertenecen las facturas simplificadas emitidas que están incluidas en esa factura, y el número de facturas simplificadas que componen dicha factura.

Para poder ver los detalles de dicha factura se selecciona el *check* situado a la izquierda de la fila, se habilitará el botón «Consultar» y al pulsarlo se muestran.

El usuario puede solicitar de nuevo la factura pulsando en «Resolicitar», o consultar otra factura pulsando en «Volver»:

**Correos IRIS** Inicio > Gestión > Facturas > Consulta Factura Recapitulativa

**Facturas Recapitulativas**

**Criterio de Búsqueda**

Nº Fra. Simp:   
 País: Otro   
 Documento:   
 Oficina: 2800010

Fecha Solicitud  
 Desde: 01/08/2019  
 Hasta: 16/08/2019

**Buscar**

1 >

**Resultados de la Búsqueda**

	Oficina	Usuario	Fecha Solicitud	Mes Fras. Simp	NIF/CIF cliente	Nº Fra. Simp asociados
<input type="radio"/>	2800010		12/08/2019	08/2019		1
<input type="radio"/>	2800010		12/08/2019	08/2019		10
<input type="radio"/>	2800010		16/08/2019	08/2019		2

**Servicios Relacionados**  
 Nueva Factura

**Últimos Servicios**

**Cliente Tarjeta**

**Nuevo Cliente**

**Total Bolsa**  
 Cobrar Bolsa

**Gestor Turnos**  
 Automático

**Correos IRIS** Inicio > Gestión > Facturas > Consulta Factura Recapitulativa

**Apertura de caja**

**Criterio de Búsqueda**

Nº Fra. Simp:   
 País: Otro   
 Documento:   
 Oficina: 2800010

Fecha Solicitud  
 Desde: 05/08/2019  
 Hasta: 20/08/2019

**Buscar**

1 >

**Resultados de la Búsqueda**

	Oficina	Usuario	Fecha Solicitud	Mes Fras. Simp	NIF/CIF cliente	Nº Fra. Simp asociados
<input checked="" type="radio"/>	2800010		12/08/2019	08/2019		1
<input type="radio"/>	2800010		12/08/2019	08/2019		10
<input type="radio"/>	2800010		16/08/2019	08/2019		2

**Servicios Relacionados**  
 Nueva Factura

**Últimos Servicios**

**Cliente Tarjeta**

**Nuevo Cliente**

**Total Bolsa**  
 Cobrar Bolsa

**Gestor Turnos**  
 Automático

**Consultar**



**Correos IRIS** Inicio > Gestión > Facturas > Consulta Factura Recapitulativa

**Facturas Recapitulativas**

Solicitud de Factura Recapitulativa

N° Fra. Simp  
 N° Fra. Simp desglosada

Oficina:   Fijar Oficina  
 Fecha:   Fijar Fecha  
 Código:

Fras. Simp de la factura		Datos de la Factura	
Código	Fecha		
430199420190812051114	12/08/2019		

País:   
 NIF/CIF cliente:    
 Num. Fras. Simp:   
 Importe base:   
 Impuesto:   
 Importe total:   
 Descuento:   
 Prefranqueo:   
 Importe factura:

**Servicios Relacionados**

**Últimos Servicios**

**Cliente Tarjeta**

**Total Bolsa**

**Gestor Turnos**  
 Automático

### C) Facturas correctivas

Cuando un cliente solicita, en las oficinas de Correos, una modificación de los datos de cliente de una factura (nombre, dirección, CIF/NIF, etc.), se deberá hacer a través del acceso al Sistema de Gestión de Tarjetas del Cliente (SGTC).

La consulta al SGTC se realiza a través de **IRIS > Llamadas a sistemas externos > Herramientas de oficina > TARJETA CLIENTE + CERCA**.

**Correos IRIS** Inicio > Llamadas a sistemas externos

**Llamadas a sistemas externos**

Gestión o Venta a través de Sistemas Externos

Clasificación:

- EQUIPAMIENTO POSTAL
- ESTADISTICA
- GPVO
- PREVENCION BLANQUEO CAPITALES
- RECLAMACIONES
- SUMINISTROS
- TARJETA CLIENTE + CERCA
- TRANSPORTE DE FONDOS

**Servicios Relacionados**

**Cliente Tarjeta**

**Total Bolsa**

Una vez dentro de la aplicación, se buscará la factura por su código:

grupoCorreos USUARIO PRUEBAS\_22, SGTG - P0033

### Sistema de Gestión de Tarjetas del Cliente (SGTC)

Tarjetas **Facturas**

Inicio > Facturas > Buscador de Facturas

#### Buscador de Facturas

Seleccione el tipo de búsqueda.

Buscar por número de factura  Buscar por DOI del titular y fecha  Buscar por número de tarjeta

Numero de factura

Facturas encontradas Mostrar 10/Pag. ▾

	Código Factura	Codired	Número de DOI	Fecha	Periodo Facturacion	Importe
<input checked="" type="radio"/>	<a href="#">FRO20120000107</a>	4714194	ESP4713400B	16/05/2012		3,38

1 Registros Encontrados    Página 1 de 1    1



Se seleccionará el botón y, en la pantalla siguiente, se procederá a modificar los datos del cliente, siendo posible modificar todos los datos, incluido el DOI:

Sistema de Gestión de Tarjetas del Cliente (SGTC)

Tarjetas **Facturas**

Inicio > Facturas > Buscador de Facturas > Detalle Factura > Factura Correctiva

#### Factura Correctiva

- 1 Modificar Datos
- 2 Factura Correctiva
- 3 Imprimir Factura y Fin Proceso

##### Modificar Datos Titular

Indique los datos del cliente que quiere modificar en la factura. Si es un cliente con tarjeta puede modificar sus datos desde el menú de gestión de tarjetas.

Empresa ▾

Razón Social     Tipo de DOI     Número de DOI

##### Domicilio Fiscal

Cliente internacional

Calle     Código postal

Provincia     Población



Toda modificación conlleva la generación de dos facturas:

- Nota de abono: igual que la factura original, pero de signo negativo.
- Correctiva: que incorpora los datos ya modificados.

Las dos se imprimirán y se le entregarán al cliente. Todas las operaciones realizadas quedarán grabadas en la base de datos.

### Procedimiento de rectificación y modificación de facturas de Oficinas

Cuando no se pueda realizar la modificación o rectificación en el Sistema de Gestión de Tarjetas del Cliente (SGTC), se solicitará al área de Facturación mediante un correo electrónico acompañado de la documentación escaneada. El área de Facturación responderá también por correo electrónico. Cuando no sea posible enviarlas por correo electrónico, se cursarán las solicitudes por correo ordinario a la dirección establecida.

Las contestaciones y remisión de documentos se hacen desde el área de Facturación por correo electrónico, por lo que es imprescindible que en las peticiones y los correspon-

dientes anexos que se envíen aparezca el correo electrónico de la oficina solicitante y un teléfono de contacto (preferiblemente interior).

### Emisión y modificación de facturas de Apartados Postales domiciliados

En el caso de los apartados postales, se deberá observar que:

- Toda la documentación que justifique las peticiones deberá estar convenientemente archivada por cada una de las oficinas solicitantes a efectos de auditoría e inspección.
- Las peticiones deberán venir selladas y firmadas por el/la director/a de la Oficina.
- Se indicará en el asunto: **Factura Apartado (nº apartado y Codired).**
- La solicitud deberá realizarse adjuntando la plantilla que se encuentra publicada en la intranet corporativa Conecta.

Queda anulada la posibilidad de solicitar factura de *tickets* generados en estampiladoras de servicios rurales.

**CORREOS**

ASUNTO: \_\_\_\_\_

**ANEXO 2**

**SOLICITUD DE FACTURA DE APARTADOS POSTALES**

Año de la renovación del apartado	_____
Fecha	_____
Nº de la factura	_____
Oficina del apartado	_____
Codired de la oficina	_____
Email de la oficina	_____
Teléfono de la oficina	_____
Datos del titular del apartado postal	Titular
N.I.F. o C.I.F.	_____
Nombre o Denominación Social	_____
Domicilio	_____
Código Postal	_____
Población	_____
Provincia	_____
Nº de titulares	_____
Datos del apartado postal	
Nº de Apartado Postal	_____
Código Postal	_____
Localidad	_____
Provincia	_____
Importe Neto de la factura	_____
% Impuesto	_____
Impuesto	_____
Importe Total	_____
Observaciones:	_____
Firma y sello de la Oficina:	_____

### 7.2.6. Insuficiencia de franqueo

El control del franqueo sobre los envíos postales se realizará únicamente en las unidades de admisión de los mismos, por lo que deberá extremarse en estas unidades el **cuidado en la comprobación del correcto franqueo de los envíos.**

Si se detecta que algún envío no dispone de franqueo o este es insuficiente, se tendrán en cuenta las siguientes normas de procedimiento:

- **Envíos insuficientemente franqueados presentados para su admisión en oficinas o centros de admisión masiva:** no serán admitidos sin que el remitente complete el franqueo hasta el importe que corresponda según la clase y categoría del envío.
- **Envíos insuficientemente franqueados depositados en los buzones de la red postal pública:** el procedimiento será diferente según lleven o no consignado el remitente.

Cuando se estime que la insuficiencia de franqueo es abusiva o intencionada por la pluralidad y frecuencia de envíos mal franqueados realizados por un mismo remitente, el responsable de la recogida de buzones o la persona que se designe al efecto lo pondrá en conocimiento del órgano del que dependa, a efectos de determinar la forma de proceder en cada caso concreto.

Tanto en origen como en destino, **el personal que atienda las insuficiencias de franqueo habrá de extremar la atención a remitentes y a destinatarios,** facilitando folletos de tarifas y toda la información necesaria, de forma que la ocasión sirva para promocionar la imagen y los servicios de Correos.

Los envíos registrados, al ser admitidos y franqueados en ventanilla, no circularán nunca tasados, siendo responsable del franqueo el empleado que realiza la admisión.

#### A) Envíos con remitente

El responsable de la recogida de buzones, o la persona designada al efecto, procederá a matasellar los signos de franqueo y a identificar el envío como insuficientemente franqueado adheriendo la etiqueta correspondiente (T= ) en la zona central de la parte superior del anverso, mediante la que se identificará el envío como insuficientemente franqueado y en la que se indicará el importe a abonar correspondiente a la tarifa por insuficiencia de franqueo.

El tratamiento posterior estará en función del peso del envío según las siguientes tipologías:

- **Envíos de hasta 100 gramos de peso**

Se procede a:

- Adherir en su reverso una etiqueta informativa para el remitente con el siguiente texto: «Este envío ha sido devuelto por estar franqueado de forma insuficiente. Para que pueda ser cursado deberá presentarlo en cualquier oficina de Correos y Telégrafos y

- abonar el importe de la tarifa por insuficiencia de franqueo que se indica en el anverso. Si desea depositarlo en un buzón habrá de franquearlo previamente por este importe».
- Devolver el envío al remitente de forma inmediata por correo ordinario.

Si personado el remitente en cualquier oficina, abonara la tarifa por insuficiencia de franqueo, se procede a:

- Admitir el envío según el tipo y formato, indicando el franqueo inicial en el sistema IRIS.
- Cobrar la cantidad indicada por el sistema.
- Cancelar el envío.
- Cursar a destino.

- **Envíos de más de 100 gramos**

Se procede a:

- Confeccionar un aviso de insuficiencia de franqueo dirigido al remitente en el que se le comunica la existencia de uno/varios envíos con insuficiencia de franqueo, así como la forma de subsanar tal deficiencia mediante el pago de la tarifa correspondiente en la oficina de Correos y Telégrafos, advirtiéndole que, si transcurridos diez días hábiles desde la fecha del aviso no ha subsanado la deficiencia, el envío le será devuelto.
- En los municipios con dos o más oficinas de Correos y Telégrafos, trasladar de forma inmediata los envíos insuficientemente franqueados que deban ser avisados a la oficina más próxima al domicilio del remitente, que será la encargada de confeccionar el aviso de insuficiencia de franqueo dirigido al remitente.
- Entregar el aviso por correo ordinario, el primer día hábil siguiente a la fecha de depósito.

Si personado el remitente en la oficina, abonara la tarifa por insuficiencia de franqueo, se procede a:

- Admitir el envío según el tipo y formato, indicando el franqueo inicial en el sistema IRIS.
- Cobrar la cantidad indicada por el sistema.
- Cancelar el envío.
- Cursar a destino.

Si, por el contrario, el remitente desea retirar el envío o envíos, se le advertirá de que no podrá depositarlo de nuevo, salvo que sea franqueado por el importe que corresponda a la tarifa por insuficiencia de franqueo.

**NOTA:** Pluralidad de envíos depositados por un mismo remitente que sumen un total de 25 o más, con independencia de su peso. En este supuesto, se procederá según lo establecido en el punto anterior para envíos de más de 100 gramos.

## B) Envíos sin remitente

El responsable de la recogida de buzones o la persona designada al efecto procederá a matasellar los signos de franqueo y a identificar el envío como insuficientemente franqueado adhiriendo la etiqueta correspondiente (T = ) en la zona central de la parte superior del anverso, mediante la que se identificará el envío como insuficientemente franqueado y en la que se indicará el importe a abonar correspondiente a la tarifa por insuficiencia de franqueo.

- Adherir una etiqueta informativa en el anverso del envío con el siguiente texto:
 

«Este envío ha sido franqueado de forma insuficiente. De acuerdo con lo establecido en el artículo 76 del Reglamento que regula la prestación de los servicios postales, aprobado por Real Decreto 1829/1999, de 3 de diciembre, debe abonar el importe de la tarifa por insuficiencia de franqueo que se indica en el anverso, para lo cual presentará la cubierta de este envío en cualquier oficina de Correos y Telégrafos. Comunique al remitente la obligación de franquear correctamente para evitar molestias innecesarias».
- Cursar estos envíos a la localidad de destino y entregarlos al destinatario como correo ordinario.

Si el envío va dirigido al extranjero, la insuficiencia se hará constar adhiriendo la etiqueta correspondiente (T = ) en la que se indicará el importe del franqueo faltante y, bajo una barra de fracción, el importe mínimo de su tasa no reducida correspondiente al primer escalón de peso de los envíos prioritarios o de las cartas expedidas al extranjero. Estos envíos se clasifican y cursan a destino con el resto de la correspondencia internacional.

### 7.2.7. Procedimientos de admisión

Correos facilita a sus clientes la admisión de sus envíos mediante diversas alternativas:

- Depósito de los envíos en las oficinas.
- Depósito de los envíos en las oficinas auxiliares o a través del propio cartero en los núcleos rurales.
- El cliente con contrato puede hacer uso de los puntos de admisión masiva para sus depósitos de gran volumen.
- Empleo de los buzones de la red postal.
- Recogida de los envíos por el personal de Correos en el propio domicilio del cliente con contrato.
- Uso de la admisión *online* en Mi Oficina.
- Depósito de los envíos en Citypaq.

## 7.3. Admisión en oficina

### Glosario

**IRIS:** Es la aplicación informática de Correos que se utiliza para la admisión de envíos tanto en los puestos de atención al cliente en oficinas como en las Unidades de Admisión Masiva de los centros de tratamiento.

La normativa postal define la expresión «puntos de acceso a la red postal» como las instalaciones físicas del operador postal designado para la prestación del servicio postal universal donde los remitentes pueden depositar envíos postales, tales como los centros de admisión masiva, las oficinas y los buzones a disposición del público.

Consecuentemente, los clientes pueden depositar sus envíos en la ventanilla de oficinas.

La admisión de los productos postales en las oficinas de Correos se realiza a través de la aplicación informática IRIS. Para acceder a IRIS, los usuarios deben utilizar su código (C...) corporativo y contraseña en la oficina o unidad asignada.

**Para la admisión de los productos, se utilizan diferentes rutas desde el mundo Admisión de IRIS.** A lo largo de esta parte del tema, iremos viendo cómo se admiten los diferentes productos de Correos.

### Glosario

#### Envío registrado:

Es aquel que tiene trazabilidad en Correos. En cualquier momento, Correos a través de SGIE puede saber dónde se encuentra y en qué estado está el producto registrado (en tránsito, entregado etc.).

**IMPORTANTE:** Con independencia de que el envío sea ordinario o registrado, para proceder a su admisión, **se debe comprobar previamente que se ajusta a las condiciones de peso y medida establecidas.** No se admitirá ningún envío que contenga objetos prohibidos o mercancías peligrosas no autorizadas para su circulación por correo.

Según lo detallado en el Reglamento de la Unión Postal Universal, está terminantemente prohibido admitir y dar curso a envíos postales internacionales de correspondencia que porten una dirección de retorno de un país diferente al del signo de franqueo. **Por consecuencia, todos los envíos admitidos en nuestra red postal podrán únicamente llevar una dirección de retorno sita en España.** En los casos en los que no se produzca esta circunstancia,

se invitará al remitente a que modifique dicha dirección. En el caso de que no acceda, no se admitirán los envíos advirtiéndole de que, en el caso de que los envíos aparezcan en buzones, NO serán cursados a destino declarándose sobrantes.

### A) Admisión de cartas y documentos

Desde **IRIS > Admisión > Envíos postales**, en la **pestaña de cartas** se pueden admitir los siguientes productos:

- Carta ordinaria nacional o internacional.
- Carta urgente ordinaria.
- Carta certificada.
- Carta urgente certificada.

Dentro de la **pestaña «Cartas»**, en el apartado de «características del envío», se encuentran los siguientes campos:

- **Peso:** campo obligatorio para incluir el peso en gramos tanto colocando el envío en la báscula donde volcará automáticamente el peso como pulsando sobre el icono de la balanza.
- **Ámbito:** si el destino es España, se podrá seleccionar el ámbito del desplegable entre Península y Baleares, Canarias, Ceuta o Melilla.



## Glosario

### Valores añadidos y servicios adicionales:

Servicios complementarios mediante los cuales Correos trata de adaptarse a las necesidades de los clientes: certificaciones y copia certificada, aviso de recibo, aviso de recibo electrónico, acuse de recibo, aviso de servicio, valor declarado, reembolso, petición de devolución o modificación de dirección internacional, petición de reexpedición internacional, entrega en propia mano internacional, etc.

- **Código postal de destino:** para localizar un código postal, se pulsa en la lupa y se abre la pantalla donde se introducirá el destino para obtener el código buscado.
- **País:** el país que aparece por defecto es España con las siglas ESP, si hubiera que buscar las siglas de otro país se pinchará la lupa y se pondrá el nombre del país.
- **Urbano/interurbano:** se marca de manera automática al introducir el código postal de destino. En el caso de que sea necesario, se puede introducir de forma manual.
- **Modalidades:** en este campo se nos muestran los posibles valores añadidos y servicios adicionales que puede llevar el envío: Aviso de Recibo, Reembolso, Asegurado (valor declarado o seguro).
- **Info envío:** debemos marcar si el envío es no normalizado.

A continuación, se indicará si el envío contiene o no **mercancías peligrosas**: si las contiene, se deberá añadir al envío la pegatina redonda verde y cursar por separado del resto de envíos. En este caso, **si el envío contiene mercancías peligrosas, solo se podrá admitir de forma registrada.**

Si el envío va a circular registrado, se podrán incorporar **servicios adicionales**; esta opción aparece en modalidades como aviso de recibo o reembolso asegurado.

Una vez introducidos todos los datos, la aplicación **mostrará los envíos compatibles** con el peso, destino y características introducidas, y se deberá **informar al cliente** sobre el producto que más le pueda interesar. Una vez terminada la admisión, se cobrará la caja en las diferentes modalidades de pago y se entregará **al cliente el ticket (o se le enviará por correo electrónico) o la factura y los formularios de admisión** cuando los hubiere.

Correos IRIS Inicio > Admisión > Envíos Postales

**Forma de cobro**

- Metálico
- Tarjeta Bancaria
- Tarjeta Cliente
- Pago por Transferencia
- Ingreso en Cuenta

**Emisión de Factura**

- Sin factura
- Con factura

Email

Introduzca Email

**Promoción**

Promociones

**Cobro**

Total	0,00
Entregado	0,00
A devolver	0,00

**Cobrar**

**Servicios Relacionados**

- Bolsas Pendientes

**Últimos Servicios**

- Carta Certificada

**Cliente Tarjeta**

**Nuevo Cliente**

**Total Bolsa**

0,00

**Cobrar Bolsa**

**Gestor Turnos**

Automático

Las posibilidades de admisión de envíos postales en IRIS son múltiples modificando las características del envío y añadiendo distintos valores añadidos o servicios adicionales:

- Admisión carta ordinaria nacional e internacional.
- Admisión carta urgente nacional.
- Admisión carta certificada nacional e internacional.
- Admisión carta certificada tarifa plana.
- Admisión carta certificada prefranqueada premium.
- Admisión de notificaciones.
- Admisión carta urgente certificada nacional.
- Admisión por procedimiento administrativo.

### A.1. Admisión carta ordinaria nacional

Este tipo de envío puede entrar en el circuito a través de:

- Los **puestos de admisión de IRIS** que generan una **etiqueta de franqueo** que se adherirá en la parte superior derecha del envío, para facilitar la clasificación mecánica.
- Mediante los **buzones ubicados en la propia oficina**.

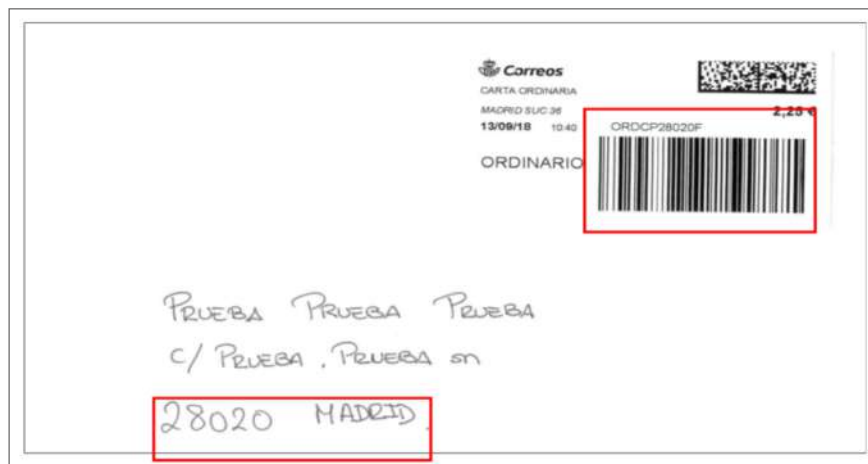
La ruta de la operativa de admisión en **IRIS > Inicio > Admisión > Envíos Postales > Cartas > Ordinaria**.

Cuando las cartas admitidas en la oficina **pesan más de 250 gramos**, la admisión ha de ser unitaria y el sistema generará una etiqueta con código de barras, para que estos envíos puedan ser clasificados en las máquinas. Para ello, es necesario introducir correctamente el código postal de destino que viene escrito en la carta, ya que el código de barras que se genera lleva incluido el código postal y si no es el correcto, la carta será clasificada en la máquina a un destino incorrecto con el consiguiente retraso para el cliente.

Estos envíos no requieren impreso de imposición y su entrega se realiza mediante el depósito en los casilleros domiciliarios, en apartados particulares o Lista de Correos, sin que quede constancia escrita de la entrega.

En las admisiones unitarias y de menos de 30 envíos, siempre se ha de imprimir y adherir al envío la etiqueta que genera IRIS.

Cuando las admisiones sean de más de 30 envíos del mismo peso, no se generará etiqueta; hay una opción en la misma pantalla de admisión de carta ordinaria que, al seleccionarla, permite introducir el peso total de los envíos. Con ello, el sistema calculará el número de envíos y el importe total a cobrar al cliente. Estos envíos se cancelan en la oficina si hay medios para ello; en caso contrario, se cursarán al Centro de Tratamiento, en bandeja, según se especifica en el documento de CLASIFICACIÓN Y ROTULACIÓN.



### A.2. Admisión carta ordinaria internacional

Al igual que las cartas ordinarias nacionales, este tipo de envío puede entrar en el circuito a través de los **puestos de admisión de IRIS**, que generan una **etiqueta de franqueo** que se adhiere en la parte superior derecha del envío (para facilitar la clasificación mecánica) o mediante los **buzones ubicados en la propia oficina**.

La ruta de la operativa de admisión en **IRIS > Inicio > Admisión > Envíos Postales > Cartas > Ordinaria**.

Estos envíos no requieren impreso de imposición y su entrega se realiza sin que quede constancia escrita de la entrega.

**IMPORTANTE:** En la admisión, además del país al que va dirigida, se ha de preguntar al cliente por el contenido de la carta, porque la admisión en IRIS será diferente dependiendo del país y de si el contenido es documento o es mercancía.

## CARTAS DIRIGIDAS A PAÍSES DE LA UNIÓN EUROPEA

- Carta menor o igual de 250 gramos: el puesto de admisión de IRIS genera una **etiqueta mediana de franqueo sin código de barras**.
- Carta mayor de 250 gramos: el puesto de admisión de IRIS genera una **etiqueta de franqueo con código de barras** que comienza por **ORD**.

## CARTAS DIRIGIDAS A TERCEROS PAÍSES

Siempre se ha de preguntar al cliente por el contenido del envío, si se trata de documentos o de mercancía (no debe confundirse con MMPP, ya que en este caso el envío siempre ha de ir certificado) porque ha de seleccionarse el *check* (documentos o mercancía) en la pantalla.

The screenshot shows the IRIS system interface for sending a letter. The breadcrumb navigation is "Inicio > Admisión > Envíos Postales". The main heading is "Carta Ordinaria".

**Características del envío:**

- Peso: 200 gr
- País: USA (ESTADOS UNIDOS)
- Urgente:
- No normaliz.:
- Documentos:  (highlighted with a red starburst)
- Mercancía:  (highlighted with a red starburst)
- Urbano:
- Interurbano:
- Imprimir etiqueta:

**Importe:**

- Admisión masiva, "solo envíos mismo peso":
- Peso Total: [ ]
- Nº envíos: 1
- Precio base: 10,25
- Franqueo inicial: 0,00
- Total a pagar: 10,25

**Servicios Relacionados:**

- Últimos Servicios
- Ciente Tarjeta
- Nuevo Cliente
- Total Bolsa: [ ]
- Cobrar Bolsa
- Gestor Turnos
- Automático:

Buttons: Aceptar, Cancelar

En todas las cartas para terceros países, el sistema generará la **etiqueta grande con código de barras que empieza por US**, con el **CN22 incluido**, en la que aparecerán remitente, destinatario y contenido del envío, que ha de ser el detalle correcto del mismo, una vez preguntado al cliente por el contenido y el valor de la mercancía.

Las cartas con mercancía a terceros países siempre se han de admitir de forma unitaria para poder generar la etiqueta correspondiente, que es única para cada envío, o desviarlas a otro producto de mayor valor, pero también de admisión unitaria.

## Glosario

**CN22:** Declaración aduanera simplificada para los envíos fuera de la zona aduanera de la UE.

Las **cartas admitidas en Canarias, Ceuta, Melilla y Andorra con mercancía** siempre llevarán la **etiqueta grande, con código de barras que empieza por US, con CN22 incluido**, en la que aparecerán remitente, destinatario y contenido del envío, que ha de ser el detalle correcto del mismo, una vez preguntado al cliente por el contenido y el valor de la mercancía.

Toda carta con mercancía que no se admita como se detalla será devuelta al remitente; de ahí la importancia de preguntar al cliente por el contenido del envío y admitir correctamente para que se genere la etiqueta correspondiente.

	UNIÓN EUROPEA	TERCEROS PAISES	
		DOCUMENTOS	MERCANCÍAS
≤ 250 g	<p>CARTA ORDINARIA INTERNACIONAL MADRID OP 14/10/20 17:01 6,70 €</p> <p><b>Pequeña Sin código de barras.</b></p>		<p>DECLARATION CN22 Designated operator: Correos Quantity and details: 03 0.0 0.0 Total weight: 0.3 kg Total Value: 0.0 €</p> <p>CARTA ORDINARIA - NO U.E. CON MERCANCIA PRUEBA MELI MADRID 28001 UNITED STATES OF AMERICA (US)</p> <p><b>Grande Con CN22 incluido y detalle de remitente, destinatario y contenido del envío. Con código de barras que comienza por US.</b></p>
> 250 g	<p>CARTA ORDINARIA INTERNACIONAL MADRID OP 14/10/20 17:01 6,70 €</p> <p>ORDINARIO ORDCPP</p> <p><b>Mediana Con código de barras ORD.</b></p>		

## Glosario

### Las declaraciones CN22 y CN23:

Son documentos aduaneros obligatorios que se deben adjuntar al paquete en los envíos con destino fuera de la UE. Estos impresos contienen información relativa a los productos que se están enviando: contenido del paquete, valor de dichos bienes e información sobre el remitente, el destinatario y otras posibles partes implicadas en el proceso de envío.

Las **Cartas Ordinarias Internacionales**, admitidas en todo el territorio y dirigidas a terceros países, pueden estar sujetas a trámites aduaneros si su contenido es diferente a documentos. Por tanto, es obligatorio que las admisiones unitarias en IRIS se hagan seleccionando mercancías y el sistema generará una etiqueta grande con dirección, remite y CN22. Las cartas admitidas por albarán deberán llevar el CN22 debidamente cumplimentado.

El CN23 no se encuentra en el catálogo de impresos, por lo que no es posible solicitarlo en el pedido ordinario de impresos de Oficina. No obstante, está publicado en Conecta, desde allí, las Oficinas podrán descargarlo si necesitan facilitarlo a algún cliente. El impreso es editable, por lo que puede rellenarse en el ordenador.

La utilización del formulario CN22 o del CN23 dependerá del peso y el valor del paquete que se vaya a enviar. Además nos evitaremos problemas de posibles retenciones del envío tanto a la salida de España como a la entrada del país de destino.



**NOTA:** Al grabar cartas destinadas a diferente régimen fiscal y siempre que el contenido no sean documentos, hay que completar en IRIS la pestaña «Contenido del envío». En este caso aparecerá un desplegable con la descripción de multitud de mercancías, pero si en algún caso no aparece la mercancía en el desplegable, el exportador deberá conocer el número tarifario y, en este caso, se introducirá este número en el campo «Nº tarifario» (tiene 6 cifras); si dicho número es correcto, se habilitará el campo «Descripción» para escribir en él el nombre de la mercancía.

### A.3. Admisión carta urgente nacional

Las cartas urgentes nacionales se **admiten en la oficina a través de IRIS**, y en el proceso de admisión el sistema genera el número, que aparecerá en la etiqueta de franqueo. El número para el cliente aparecerá también en el *ticket* de caja.

La ruta de la operativa de admisión en **IRIS > Inicio > Admisión > Envíos Postales > Cartas > urgente.**



Las cartas urgentes nacionales **admitidas en oficinas auxiliares o servicios rurales** han de llevar una etiqueta autoadhesiva en el ángulo superior izquierdo del anverso. En ella figura la inscripción «CARTA URGENTE NACIONAL», el número y el código de barras que identifica cada uno de los envíos. La parte izquierda de la etiqueta se adherirá a la carta y la parte derecha se desprenderá y se entregará al cliente, quien podrá utilizarlo para el posterior seguimiento del envío.





#### A.4. Admisión de carta certificada nacional e internacional

La **carta certificada** puede tener ámbito nacional (España y Andorra) o internacional. Además, puede admitirse con **servicios adicionales**:

- Aviso de recibo (para nacional también: Prueba de entrega electrónica (PEE)).
- Notificación (solo para nacional).
- Valor declarado (países que admitan este servicio).
- Reembolso (países que admitan este servicio).
- Entrega en propia mano (según país).

Las Cartas Certificadas Internacionales, admitidas en la Península e Islas Baleares dirigidas a países no pertenecientes a la Unión Europea, o a destinos nacionales como Ceuta, Melilla y Canarias o desde Ceuta, Melilla, Andorra e islas Canarias a cualquier destino, pueden estar sujetas a trámites aduaneros, por lo que para **todas aquellas cartas cuyo contenido no sea documentos, será obligatorio que vayan acompañadas del CN22** debidamente cumplimentado, en las admitidas por albarán; **o bien el CN23** que genera el sistema en las admitidas de forma unitaria.

Al terminar la admisión de las cartas certificadas se genera el CN23, que ha de firmar el cliente y deberá acompañar al envío en bolsa transparente para poder comprobar el contenido de las mismas.

Estos documentos se encuentran en Conecta para que puedan descargarse y entregar a los clientes de admisiones por albarán.

El cliente debe **condicionar los envíos** de la siguiente forma:

- En un envase que garantice la integridad del contenido y respetando el peso y dimensiones mínimas y máximas establecidas para cada tipo de producto.
- Los sobres no pueden ir cerrados con cinta adhesiva ni presentar señales de haber sido abiertos y vueltos a cerrar.
- Los datos de remitente y destinatario no pueden ir escritos a lápiz.
- El dato remitente es obligatorio, salvo en los certificados dirigidos a concursos literarios, en estos casos, cuando se vaya a generar la etiqueta grande, se ha de marcar en la pantalla de datos de remitente y destinatario el *check* «ocultar datos de remitente», para que no salgan impresos en la etiqueta, pero sí queden grabados en el sistema.

Una vez realizadas las comprobaciones anteriores, se realizará la admisión según lo siguiente:

- **ADMISIÓN INDIVIDUALIZADA**

Se considera admisión individualizada cuando el cliente presenta envíos para realizar admisiones de una en una, y se dé a grabar todos los datos del envío.

Se accederá a **IRIS > Admisión > Envíos postales > Cartas > Certificada**, se grabarán todos los datos de destinatario y remitente, y se seleccionará el *check* de *e-mail*, para introducir el correo electrónico del cliente, siempre que desee recibir el formulario de admisión por este medio.

Una vez terminada la grabación de los datos, se pulsará **ACEPTAR** y el sistema lanzará la imagen de la tableta digitalizadora para que el cliente compruebe los datos grabados y firme la aceptación de los mismos.

Si los envíos que se admiten han sido recogidos por reparto o los ha depositado el cliente, en la tableta digitalizadora existe la opción de elegir que sean admitidos *a posteriori*, para que quede constancia de esta forma de admisión en el formulario.

Cuando un cliente habitual presente varios envíos, se le recomendará que utilice el formulario *online* en la web de Correos para posteriores entregas.

Al grabar el envío en IRIS **se generará la etiqueta y se adherirá**, preferentemente en el ángulo superior derecho, de modo que la etiqueta no perjudique la claridad de la dirección; al terminar dicha admisión, el sistema generará un formulario que se entregará o se le enviará por *e-mail*.

- **ADMISIÓN MÚLTIPLE NACIONAL**

Si el cliente trae los envíos con una relación, deberá utilizar el formulario publicado en Conecta.

**Una vez admitidos** todos los envíos de forma múltiple (por rango o de uno en uno), al pulsar «Aceptar» para finalizar la admisión en IRIS, se generará un documento por la impresora del sistema con una relación de los envíos admitidos y con el **Condicionado General de Servicio** en el reverso, que se entregará al cliente.

- **ADMISIÓN POR PREGRABADOS**

Este procedimiento de admisión es aplicable **cuando el cliente presenta los envíos habiéndolos grabado en el formulario *online* de la web.**

En este caso, el cliente deberá presentar:

- El **código que le ha generado el sistema** y que es necesario para comenzar la admisión.
- Los **envíos correctamente acondicionados y preferentemente ordenados por código postal de menor a mayor, para adherir las etiquetas que genera IRIS** en el momento de la admisión.

Al grabar el envío en IRIS se generará la etiqueta y se adherirá, preferentemente en el ángulo superior derecho, de modo que la etiqueta no perjudique la claridad de la dirección; al terminar dicha admisión, el sistema generará un formulario que se entregará o enviará por *e-mail* al cliente.

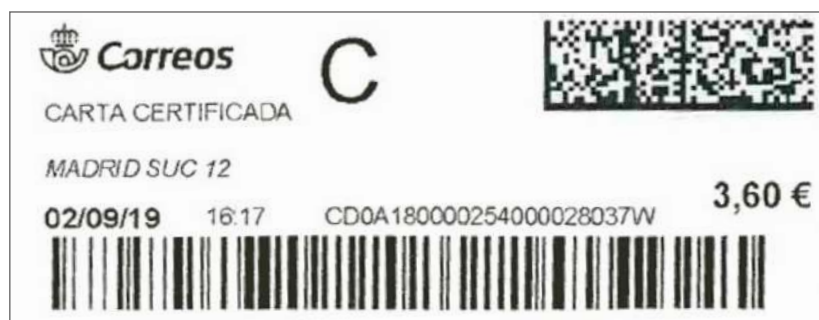
**NOTA:** En la admisión con el valor añadido «reembolso» en envíos nacionales, el importe y la palabra reembolso ya aparecen en la etiqueta que genera el sistema (siempre genera la etiqueta grande), por lo que no es necesario identificar el envío con ninguna otra etiqueta.

En la admisión con el valor añadido reembolso en envíos internacionales, para los países que lo soporten, se ha de rellenar el formulario TFP.3 que deberá acompañar al envío introducido en una bolsa transparente y, además, se ha de adherir siempre en el anverso del envío la etiqueta naranja (forma triángulo) que llevará la palabra **«Reimbursement»**.

**NOTA:** La admisión internacional no soporta la admisión múltiple.

## Glosario

**TFP.3:** Formulario de giro de reembolso internacional.



<b>RECEPCIÓN</b> El/a que suscribe declara que el envío recibido ha sido debidamente: <input type="checkbox"/> Entregado <input type="checkbox"/> Rechazado		<b>CERTIFICADO</b> SELLO DE LA OFICINA DE ENTREGA O DEVOLUCIÓN	
ETIQUETA DE CERTIFICADO NOMBRE Y APELLIDOS DEL RECEPTOR FECHA C/DN DEL RECEPTOR FIRMA DEL RECEPTOR		CORREOS	
<b>ENTREGA DOMICILIARIA</b> 1. Entregado a Domicilio 2. Dirección Incorrecta 3. Auténtico Reparto: Se dejó el paquete en tu zona 4. Desconocida 5. Fallida 6. Rechazado 7. No se hace cargo		<b>OFICINA</b> 8. Entregado 9. No retirado	

DESTINATARIO DEL ENVÍO: RELLENAR POR EL CLIENTE EN MAYÚSCULAS Domicilio: D.N.I. C.C. y País: Provincia:		Mod. 35 PLUS - 1E <b>Aviso de Recibo CERTIFICADO</b>
REMITENTE DEL ENVÍO: RELLENAR POR EL CLIENTE EN MAYÚSCULAS Domicilio: D.N.I. C.C. y País: Provincia:		

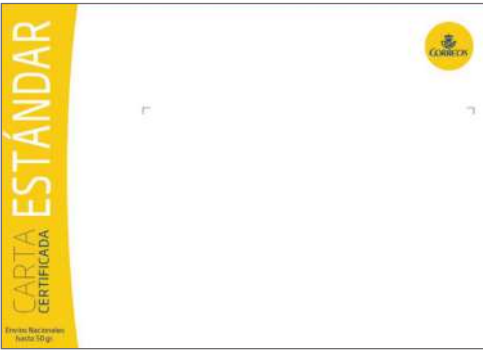
Administración de Correos de origen / Administration des postes d'origine <b>ESPAÑA</b> <b>ESPAGNE</b>		CN 07	
Oficina de depósito / Bureau de dépôt Destinatario del envío / Destinataire de l'envoi		AVISO de recibo/de entrega/de pago/de inscripción AVIS de réception/de livraison/de paiement/d'inscription	
Clase de envío / Nature de l'envoi <input type="checkbox"/> Prioritario/Carta / Prioritaire/Lettre <input type="checkbox"/> Certificado / Recommandé <input type="checkbox"/> No prioritario/Impreso / Non Prioritaire/Imprimé <input type="checkbox"/> Entrega registrada / Livraison assurée <input type="checkbox"/> Valor declarado / Valeur déclarée		A.R. Servicio de Correos / Service des postes Sello de la oficina que devuelve el aviso / Timbre du bureau renvoyant l'avis	
N.º del envío / N.º de l'envoi Importe / Montant €		Prioritario / Por avión	
A completar en destino / A compléter à destination El envío ambo indicado: con debentamiento / L'envoi mentionné ci-dessus a été déposé		Devolver a / Renvoyer à Nombre o razón social / Nom ou raison sociale	
Fecha y firma / Date et signature		Calle y n.º / Rue et n.º Localidad y país / Localité et pays	

Talón / Coupon Expéditeur de l'envoi / Expéditeur de l'envoi	<b>ESPAÑA / ESPAGNE</b> Destinatario del envío / Destinataire de l'envoi	<b>GIRO DE REEMBOLSO INTERNACIONAL</b> <b>MANDAT DE REMBOURSEMENT INTERNATIONAL</b>	<b>TFP3</b> Indicaciones de la oficina de emisión / Indications du bureau d'émission
Identificación/N.º del envío / Identification/N.º de l'envoi	Nombre y dirección del beneficiario del importe del reembolso / Nom et adresse du bénéficiaire du montant du remboursement	Identificación/N.º del envío / Identification/N.º de l'envoi	N.º de emisión / N.º d'émission Oficina / Bureau Fecha / Date Firma / Signature
Destinatario del envío / Destinataire de l'envoi	Centro de cheques o banco y n.º / Centre de chèques ou banque et n.º de compte	Moneda / Monnaie Importe en cifras / Montant en chiffres	Gastos de emisión / Frais d'émission Sin Gastos de emisión / Sans Frais d'émission Tipo de cambio / Cours du change
Sello de la oficina de emisión / Timbre du bureau d'émission	Moneda / Monnaie Importe en letras / Montant en toutes lettres	N.º de identificación normalizada del giro (código de barras) / N.º d'identification normalisée du mandat (code à barres)	Suma depositada / Somme versée

NO ANOTAR NADA DEBAJO - NE RIEN INSCRIRE CI-DESSOUS - NO ANOTAR NADA DEBAJO - NE RIEN INSCRIRE CI-DESSOUS



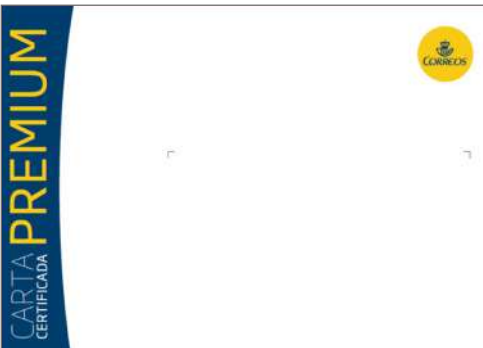




### A.5. Admisión de carta certificada tarifa plana

En la opción de **carta certificada tarifa plana**, el envío certificado va acompañado de sobre por el mismo precio. Hay dos modalidades:

- **Carta certificada Estándar:** carta certificada de hasta 50 g.
- **Carta certificada Premium:** incluye carta certificada de hasta 100 g, con valor declarado de 100 € y con Prueba de Entrega Electrónica (PEE) de 5 años. Actualmente, IRIS permite incorporar como valor añadido el reembolso, la ampliación de la PEE a 10 años o 15 años y subir el importe del valor declarado subiendo a bolsa la diferencia por estos valores añadidos.



Una vez elegido el producto Carta Certificada en IRIS, en la pestaña características del envío **se elijirá el modelo de tarifa plana que el cliente desee en función de sus necesidades y de las características de estos** (Estándar o Premium), teniendo en cuenta que **siempre son de ámbito nacional**. Será necesario rellenar los datos del destinatario y remitente en el apartado correspondiente; en el caso de la opción Premium, como lleva incluido en el precio el servicio adicional de PEE, el cliente deberá aportar una dirección de correo electrónico en el momento de la admisión.

**Características envío**

Peso: 50 gr  
 Ámbito: Península y Baleares  
 CP: 28004 Fijar CP  
 Destino: ESP Fijar importe  
 País: ESPAÑA  
 Urbano  Interurbano   
 ¿Tiene Mercancías Peligrosas? S  N

**Datos destinatario/remitente**

No normalizado  
 Aviso de recibo  
 Notificación Judicial  
 Valor declarado  
 Reembolso  
 Ref. M11A  
 Venta con estampilladora  
 Pequeña  Grande  
 Etiquetadora  Imp. Laser

**Contenido del envío**

Notificación  
 Prepagado  
 PEE  
 Firma Digital  
 Digitalización  Email  
 Introduzca Email: prueba@correos.com  
 Sobre tarifa plana

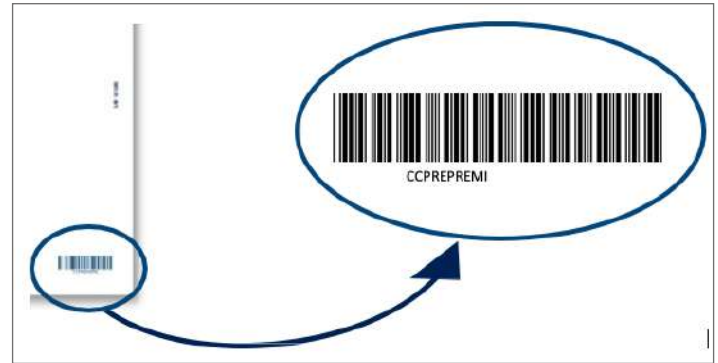
**Admisión múltiple**

Importe		Franqueo inicial unitario	
Nº envíos	1		
Precio base	4,60		0,00
Aviso de recibo	0,00		
Notificación	0,00		
Reembolso	0,00	Falta franqueo	4,60
Valor declarado	0,00	<b>Total a pagar</b>	<b>4,60</b>
<b>Total</b>	<b>4,60</b>		

Buttons: Aceptar, Cancelar

### A.6. Admisión de carta certificada prefranqueada premium

Se trata de una carta certificada de ámbito nacional, de hasta 100 g de peso, valor declarado de 100 € y con PEE. **En primer lugar se deberá realizar la venta del producto** a través del menú de **Admisión > Venta de productos**, capturando con el lector el código que figura en el reverso del sobre.



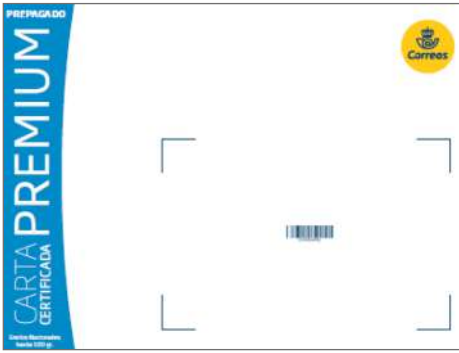
Selección de productos	
<input checked="" type="radio"/> <b>Venta</b>	<input type="radio"/> <b>Devolución</b>
<b>Código:</b> <input type="text" value="CCPREPREMI"/>	<b>UPU</b>
<b>Producto:</b> <input type="text" value="CARTA CERT PREF PREMIUM"/>	<b>Uds. disponibles:</b> <input type="text" value="2"/>
<b>NºSerie:</b>	<b>Precio:</b> <input type="text" value="5,00"/>
	<b>Cantidad:</b> <input type="text"/>
	<b>Total:</b> <input type="text"/>

**Realizada la compra del prepago, se procederá a la admisión de la carta certificada.**

Se accederá a través del menú de **Admisión de IRIS a Envíos Postales**. Se capturará el peso (máximo 100 g) y **se seleccionará «Carta Certificada»** anotando el código postal y si contiene MMPP.

Correos IRIS		Inicio > Admisión > Envíos Postales	
MENÚ		Envíos Postales	
Cartas		Paquetes	
Características del envío			
<b>Peso:</b> <input type="text" value="100"/> gr	<b>Modalidades</b>	<b>Info. Envío</b>	
<b>Ámbito:</b> <input type="text" value="Península y Baleares"/>	<input type="checkbox"/> Aviso de recibo	<input type="checkbox"/> No normaliz.	
<b>CP Destino:</b> <input type="text" value="28014"/>	<input type="checkbox"/> Reembolso	<b>¿Tiene Mercancías Peligrosas?</b>	
<b>País:</b> <input type="text" value="ESP"/>	<input type="checkbox"/> Asegurado	<input type="radio"/> S <input checked="" type="radio"/> N	
<input type="text" value="ESPAÑA"/>		* (Sólo para envíos pre-registrados)	
<input checked="" type="radio"/> <b>Urbano</b>	<input type="radio"/> Interurbano	<b>Código de envío* o N° Referencia</b>	
<b>Envíos compañías</b>			
<input type="text" value="1,10"/> <b>Ordinaria</b>	<input type="text" value="4,24"/> <b>Urgente</b>	<input type="text" value="4,00"/> <b>Certificada</b>	<input type="text" value="7,80"/> <b>Urg.Certificada</b>
<input type="text" value="0,00"/> <b>Voto por Correo</b>			
<b>Servicios Relacionados</b>		<b>Últimos Servicios</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Mantenimiento Certificados</li> <li>Línea Económica</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Carta Certificada</li> <li>Venta de Productos</li> </ul>	
<b>Ciente Tarjeta</b>		<b>Total Bolsa</b>	
<input type="text"/>		<input type="text" value="7,80"/>	
<input type="text"/>		<b>Cobrar Bolsa</b>	
<b>Gestor Turnos</b>		<input type="text"/>	
<input type="checkbox"/> Automático			





A continuación, **se marcará la casilla de «Prepagado»** en la pestaña de Características de envío y se leerá con el lector óptico el código que figura en el anverso del sobre en el apartado «Admisión Unitaria».

**El importe del envío que sube a la bolsa del usuario es de 0,00 € ya que se habrá abonado con la venta previa del embalaje.** Se informará de los datos de destinatario y remitente, y se cobrará la bolsa. Actualmente, IRIS permite la ampliación de la PEE a 10 años o 15 años pero no se puede ampliar el importe del valor declarado de 100 €.

Características envío	Datos destinatario/remitente	Contenido del envío																																
<b>Peso:</b> 98 gr <b>Ámbito:</b> Península y Baleares <b>CP Destino:</b> 28014 <input type="checkbox"/> Fijar CP <b>País:</b> ESP <input type="checkbox"/> ESPAÑA <input checked="" type="radio"/> Urbano <input type="radio"/> Interurbano ¿Tiene Mercancías Peligrosas? <input type="radio"/> S <input checked="" type="radio"/> N	<input type="checkbox"/> No normalizado <input type="checkbox"/> Aviso de recibo <input type="checkbox"/> Valor declarado <input type="checkbox"/> Reembolso <input type="checkbox"/> Ref. M11A Imprimir etiqueta <input checked="" type="checkbox"/> Pequeña <input type="checkbox"/> Grande <input checked="" type="radio"/> Etiquetadora <input type="radio"/> Imp. Laser Firma Digital <input checked="" type="checkbox"/> Digitalización <input checked="" type="checkbox"/> Email Introduzca Email: prueba@correos.com <input type="radio"/> Sobre tarifa plana	<input type="checkbox"/> Notificación <input checked="" type="checkbox"/> <b>Prepagado</b> <input type="checkbox"/> PEE Fijar importe																																
<b>Admisión múltiple</b> <input type="button" value="Admisión múltiple"/>	<b>Admisión unitaria</b> [D0E8C00000000400] x	<b>Validación</b> <input type="radio"/> Validar M11A <input type="radio"/> Relación																																
<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">Importe</th> <th colspan="2">Franqueo inicial unitario</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Nº envíos</td> <td>1</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Precio base</td> <td>0,00</td> <td></td> <td>0,00</td> </tr> <tr> <td>Aviso de recibo</td> <td>0,00</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Notificación</td> <td>0,00</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Reembolso</td> <td>0,00</td> <td>Falta franqueo</td> <td>0,00</td> </tr> <tr> <td>Valor declarado</td> <td>0,00</td> <td><b>Total a pagar</b></td> <td>0,00</td> </tr> <tr> <td><b>Total</b></td> <td>0,00</td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>		Importe		Franqueo inicial unitario		Nº envíos	1			Precio base	0,00		0,00	Aviso de recibo	0,00			Notificación	0,00			Reembolso	0,00	Falta franqueo	0,00	Valor declarado	0,00	<b>Total a pagar</b>	0,00	<b>Total</b>	0,00			
Importe		Franqueo inicial unitario																																
Nº envíos	1																																	
Precio base	0,00		0,00																															
Aviso de recibo	0,00																																	
Notificación	0,00																																	
Reembolso	0,00	Falta franqueo	0,00																															
Valor declarado	0,00	<b>Total a pagar</b>	0,00																															
<b>Total</b>	0,00																																	
<input type="button" value="Aceptar"/>		<input type="button" value="Cancelar"/>																																

## Glosario

### Aviso de recibo

**(AR):** Valor añadido que pueden llevar algunos envíos certificados. Es un documento que lleva adherido el envío y que debe ser firmado por el destinatario, y posteriormente devuelto al remitente. Su función es acreditar ante el remitente la entrega, con expresión de fecha y datos personales, de un envío.

### A.7. Admisión de notificaciones

La notificación es una **carta certificada nacional con el valor añadido «Notificación»**, lo que significa que ha de llevar adherido un AR de notificación y habrá dos intentos de entrega en reparto. Si no se pudiese entregar, pasará como avisada a la oficina donde permanecerá siete días naturales, a partir de los cuales se devolverá si no ha sido recogida por el destinatario.

- Si las notificaciones han sido prerregistradas en algún sistema, se admitirán con la etiqueta que traigan, pues los sistemas ya las codificarán correctamente.

- Si el cliente presenta notificaciones de pago al contado y para admisión unitaria, habrá que seleccionar este valor añadido en IRIS, diferenciando si es Notificación administrativa o Notificación judicial (en esta, el remitente siempre es un juzgado), y el sistema generará la etiqueta con la nomenclatura correcta.

The screenshot shows the IRIS web interface for sending certified mail. The main section is titled 'Carta certificada' and is divided into three tabs: 'Características envío', 'Datos destinatario/remiteante', and 'Contenido del envío'. The 'Características envío' tab is active, showing fields for weight (20 gr), scope (Península y Baleares), CP (28004), destination (ESP), and country (ESPAÑA). There are also options for 'Urbano' or 'Interurbano' and a section for '¿Tiene Mercancías Peligrosas?'. The 'Contenido del envío' tab shows various notification options, with 'Notificación Judicial' checked and highlighted by a red circle. Other options include 'Aviso de recibo', 'No normalizado', 'Notificación', 'Prepagado', 'Valor declarado', 'Reembolso', 'Ref. M11A', 'Venta con estampilladora', 'Imprimir etiqueta' (with 'Pequeña' and 'Grande' options), 'Etiquetadora' (with 'Imp. Laser' selected), 'Firma Digital' (with 'Digitalización' and 'Email' checked), and 'Sobre tarifa plana'. A sidebar on the right contains 'Servicios Relacionados', 'Últimos Servicios', 'Cliente Tarjeta', and 'Total Bolsa'.

- Si el cliente es de pago al contado, pero las trae para admisión múltiple, ha de presentarlas con la etiqueta de Notificación administrativa (NA) o la de Notificación judicial (NJ).
- Si el cliente es de contrato, ha de presentar las notificaciones acompañadas de albarán para su admisión en IRIS y los envíos deberán traer adherida una etiqueta que los identifique, de Notificación administrativa (NA), o de Notificación judicial (NJ).

**NOTA:** Y en todos los casos, se acompañarán del correspondiente AR de notificación.

La factura de envíos admitidos en oficina bajo la modalidad de **NOTIFICACIÓN** se realizará, **siempre**, a favor del organismo remitente de los mismos, **nunca** a favor de empresas, entidades o particulares distintos de aquellos que figuren como remitentes de los envíos.

Se emitirá **siempre factura** como justificante de pago, y **no ticket de compra** al depositante.



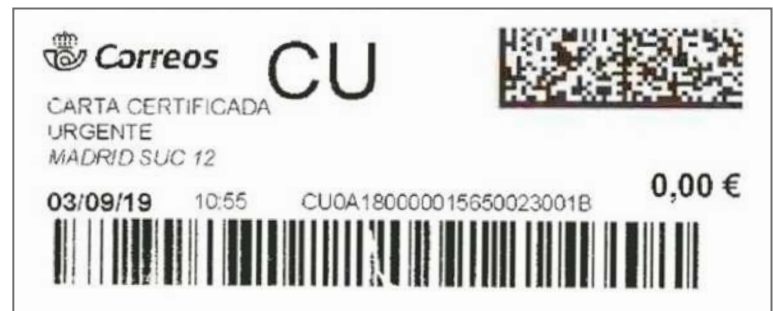
### A.8. Admisión de carta certificada urgente nacional

#### Ámbito de aplicación nacional (España, Andorra)

Servicios adicionales:

- Aviso de recibo (para nacional también PEE o PEF ).
- Valor declarado.

Una vez seleccionada la opción en el sistema **IRIS > Admisión > Envíos postales > Cartas > Certificada Urgente**, la operativa de admisión es la misma que la descrita para la CARTA CERTIFICADA.



**NOTA:** No admite el valor añadido «Reembolso».

### A.9. Admisión por procedimiento administrativo

Para el caso de envíos por procedimiento administrativo, la admisión debe hacerse como **envío registrado**. Correos admitirá solicitudes, escritos y comunicaciones que los ciudadanos o entidades dirijan a los órganos de las Administraciones Públicas:

- Administración General del Estado.
- Administraciones de las comunidades autónomas.
- Entidades que integran la administración local.
- Entidades de Derecho Público con personalidad jurídica propia vinculadas o dependientes de cualquiera de las Administraciones Públicas, cuando ejerzan potestades administrativas. En este último caso de encuentran los colegios profesionales, si bien estos actúan con una doble naturaleza, pública y privada, y solo cuando ejerzan potestades administrativas les puede ser de aplicación la normativa recogida en el artículo 31 del Reglamento de Prestación de los Servicios Postales, haciendo la observación al remitente de que la eficacia legal de tal estampación puede ser nula cuando la actividad del Colegio esté dentro del ámbito privado.

La admisión se realizará conforme a lo establecido en la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas, siguiendo los pasos que se detallan a continuación:

- Las solicitudes, escritos y comunicaciones dirigidas a los órganos de las Administraciones públicas a través de Correos se presentarán en sobre abierto.
- El empleado que admita el envío hará constar con claridad, en la cabecera de la primera hoja del documento que se quiera enviar y en el resguardo justificativo de admisión, el nombre de la oficina y la fecha, el lugar, la hora y minuto de admisión.



- A petición del remitente, el empleado hará constar estos datos del envío en la primera página de la copia, fotocopia u otro tipo de reproducción del documento principal que se quiera enviar, previa comparación de su identidad con el original.
- El propio remitente cerrará el sobre en presencia del empleado.
- El empleado formalizará y le entregará el formulario de admisión.

Cuando interese a los remitentes conocer la fecha de entrega de estos envíos en las dependencias destinatarias, podrán solicitar aviso de recibo o PEE en las condiciones generales.

En los supuestos de diversidad de documentos, correspondientes a diferentes remitentes, presentados por representantes de los interesados (p. ej., un gestor administrativo), no serán admitidos conjuntamente en un único sobre, sino que existirán tantos envíos certificados como documentos principales deban ser sellados, debiendo coincidir el firmante del documento con el remitente del envío consignado en el sobre.

En caso de duda sobre la naturaleza administrativa del organismo destinatario del envío, y con el fin de prestar el mejor servicio a los clientes, se realizará la admisión a través del procedimiento administrativo advirtiéndole que, si aquel no reviste tal naturaleza, Correos no garantiza la eficacia legal del sistema.

Se puede utilizar este sistema para los escritos dirigidos a las representaciones diplomáticas de España en otros países, ya que tienen la consideración de territorio español y es aplicable la legislación nacional.

Cuando el destinatario de la comunicación sea un Organismo Internacional del que España sea Estado miembro, se podrá sellar la cabecera del documento principal y la copia en su caso, en la forma indicada antes, pero advirtiéndole al interesado que Correos no garantiza la eficacia legal que en su momento puedan dar estas Instituciones a este procedimiento y que, por lo tanto, no se responsabiliza de las consecuencias que su no aceptación pueda provocar al remitente.

## **B) Admisión de paquetería**

Es conveniente identificar primero las necesidades del cliente para poder ofrecer el producto que más se adecue a sus necesidades y comprobar que puede circular por correo.

Se deberá seleccionar el tipo de producto atendiendo a **criterios de urgencia y economía**. En estos productos se pueden dar valores añadidos, como seguro, reembolso, PEE, o AR. Hay que tener especial atención con Canarias, Ceuta, Melilla y Andorra por las posibles implicaciones con las aduanas.

Desde **IRIS > admisión > envíos postales**, en la **pestaña de paquetería**, señalando las distintas características del producto e incorporando valores añadidos y servicios adicionales, encontramos las distintas formas de admitir la paquetería:

- Admisión de la paquetería nacional.

- Paq 10, 14 y 24 h de Correos Express.
- Paquete Premium.
- Paquete Estándar (Paq Peregrino y Paq Bicicleta).
- Paquete Azul.
- Paquete Ligero.

- Admisión de logística inversa.

- Admisión de paquetería prerregistrada.

- Admisión de paquetería con tarifa plana.

- Admisión de la paquetería internacional.

- Paquete Internacional Standard Internacional y Paquete Intenacional Económico.
- Paquete Internacional Premium.
- Paquete Internacional Light.

- Admisión de paquete de libre servicio internacional.

The screenshot shows the IRIS system interface. The left sidebar contains a menu with the following items:

- Gestión
  - Caja Mágica
  - Envíos Postales
  - Datos Pregrabados
  - Línea Económica
  - Carta Certificada
  - Procesos electorales
  - Telegramas
  - Burofax/Fax
  - Venta de Productos
  - Venta Rurales
  - Cobro Facturas
  - Cobro Recibos
  - Apartados
  - Máquinas de Franquear
  - Otros Servicios
  - Albaranes
  - Paquetes
  - Correspondencia Unitaria
  - Envío Dinero
  - Recarga Tarjeta Cliente
  - Pago Premios
  - ONCE
  - Tarjetas Prepago
  - Solicitudes D.G.T.
  - Trámites CC.AA
  - Venta de productos sin stock

The main content area is divided into sections: 'Mensajes de Aplicación', 'Mensajes de Servicio', and 'Información comercial'. The 'Información comercial' section includes a button for 'Llamadas a sistemas externos'. On the right side, there are several utility buttons: 'Servicios Relacionados', 'Últimos Servicios', 'Cliente Tarjeta', 'Nuevo Cliente', 'Total Bolsa' (with a display showing '7.00'), 'Cobrar Bolsa', 'Gestor Turnos', and 'Automático'.

### Documentación a adjuntar en paquetería para envíos entre diferentes regímenes fiscales

Al grabar paquetería destinada a diferente régimen fiscal, y siempre que el contenido no sean documentos habrá que completar la pestaña de **IRIS > Contenido del envío**.

En este caso aparece un desplegable con la descripción de multitud de mercancías, pero si en algún caso no aparece la mercancía en el desplegable, el exportador deberá conocer el número tarifario y, en ese caso, se introducirá dicho número en el campo «Nº tarifario» (tiene 6 cifras); si el número es correcto, se habilitará el campo «Descripción» para escribir en él el nombre de la mercancía.



### B.1. Admisión de paquetería nacional

#### a) Paq 10, 14 y 24 horas

Si el envío es **Urgente** y el cliente necesita **garantía de hora de entrega**.

Antes de ofrecer este producto al cliente hay que cerciorarse de que en efecto se preste este servicio en destino; para ello será necesario abrir la aplicación **Correos Express** e introducir la localidad de destino: la aplicación devolverá un mensaje indicando si hay entrega en la localidad elegida.

La admisión se detalla en el apartado «Admisión Paquetería de Correos Express».

The screenshot displays the 'Envíos Postales' section of the Correos IRIS website. The main area is titled 'Características del envío' and includes the following fields and options:

- Peso:** 10 gr
- Ámbito:** Península y Baleares
- CP Destino:** 28001
- País:** ESP (ESPAÑA)
- Modalidades:**
  - Aviso de recibo
  - Reembolso
  - Asegurado
  - Pack Libre Servicio
- Info. Envío:**
  - No normaliz.
  - ¿Tiene Mercancías Peligrosas?**
    - S
    - N
- Urbano/Interurbano:**  Urbano,  Interurbano
- Código de envío\* o N° Referencia:** [Empty field]
- Peso Volumetrico:**
  - Alto: [ ] cm
  - Ancho: [ ] cm
  - Largo: [ ] cm
  - Peso Vol.: [ ] gr

Below these fields is the 'Envíos compatibles' section, which lists several service options with their respective prices:

- Paq. Azul: 15,00
- Int. Premium: [ ]
- Paq Estándar: 12,75
- Int. Standard: [ ]
- Int. Económico: [ ]
- Log. Inversa: 12,75
- Paq Premium: 14,30
- Int. Light: [ ]
- Paq Ligero: [ ]

The right sidebar contains 'Servicios Relacionados' (Mantenimiento Certificados, Línea Económica), 'Últimos Servicios', 'Cliente Tarjeta', 'Nuevo Cliente', 'Total Bolsa' (Cobrar Bolsa), and 'Gestor Turnos' (Automático).

#### b) Paq Premium

Si el cliente no necesita que el envío sea urgente ni requiere de garantía de hora de entrega.

Paq Premium sirve para envíos que necesiten un **plazo de entrega garantizado: 24-48 h**, dependiendo del origen y destino. Pueden ir dirigidos al domicilio del destinatario o a una oficina elegida.

### SERVICIOS ADICIONALES del Paq Premium

- **Entrega exclusiva al destinatario:** el envío solo se entregará previa comprobación de la identidad del destinatario, sin posibilidad de que la entrega se realice a terceros, aunque estos posean autorización o delegación. Esta modalidad de entrega no admite empresas o personas jurídicas como destinatarios del envío. Siempre deberán ser personas físicas.
- **Prueba de entrega:** para clientes de oficina pago al contado:
  - **PEE:** prueba de entrega electrónica que recibe el remitente quien previamente ha facilitado un *e-mail* de contacto.
  - **AR:** aviso de recibo para confirmar por vía postal la entrega o intento de entrega de envío.
  - **E-AR (POD) para clientes con contrato:** nuevo aviso de recibo electrónico (E-AR) como prueba de entrega (POD) que incluye la devolución de la imagen digitalizada del aviso de recibo con todos los datos de la entrega.
- **Reembolso electrónico:** entrega del envío previo abono del importe fijado por el cliente hasta 999,99 € para ingreso en cuenta. Si el abono del importe cobrado se ha de realizar en el domicilio del remitente, el importe solo puede ser, como máximo, de 499,99 €.
- **Seguro adicional:** contratación de un seguro adicional, con cobertura a todo riesgo y un límite máximo de 6.000 €.
- **Seguimiento y Control:** mediante el intercambio de ficheros con información de las condiciones de entrega de los envíos, incidencias y resultados finales de las entregas, para clientes de contrato.

El Paq Premium no se admite por albarán. Su admisión siempre es unitaria y con grabación de datos de remitente y destinatario en IRIS.

Opcionalmente, el cliente puede adquirir en la oficina un **embalaje con Tarifa Plana de paquetería:** sobre acolchado, sobre rígido, caja mediana y caja grande, a un precio fijo y con el límite de peso establecido para el producto.

Al **embalaje Paq Premium Tarifa Plana** se le puede añadir seguro adicional y reembolso (el reembolso en este caso puede ser como máximo de 200 €).

### c) Paq Estándar

El cliente no necesita que el envío sea urgente ni precisa de garantía de entrega.

Para envíos que no necesiten un **plazo de entrega garantizado de 48-72 h**, dependiendo del origen y destino. Pueden ir dirigidos al domicilio del destinatario, a la oficina de referencia del destinatario o a una oficina elegida.

### SERVICIOS ADICIONALES del Paq Estándar

- **Entrega exclusiva al destinatario:** el envío solo se entregará previa comprobación de la identidad del destinatario, sin posibilidad de que la entrega se realice a terceros, aunque estos posean autorización o delegación. Esta modalidad de entrega no admite a empresas o personas jurídicas como destinatarios del envío. Siempre deberán ser personas físicas.

- **Prueba de entrega:**

- Para clientes de oficina con pago al contado:
  - **PEE**, se grabará un *e-mail* de remitente y este recibirá un correo con la prueba de entrega.
- Para clientes de contrato:
  - **PEE**.
  - **E-AR (POD)**: nuevo aviso de recibo que incluirá la devolución de la imagen digitalizada del aviso de recibo con todos los datos de la entrega.

- **Reembolso electrónico:** entrega del envío previo abono del importe fijado por el cliente hasta 999,99 € para abono en cuenta. Si el abono del importe cobrado se ha de realizar en el domicilio del remitente, el importe podrá ser, como máximo, de 499,99 €. Es posible contratar un seguro adicional, con cobertura a todo riesgo y un límite máximo de 6.000 €.
- **Seguimiento y Control:** mediante el intercambio de ficheros con información de las condiciones de entrega de los envíos, incidencias y resultados finales de las entregas, para clientes de contrato.

El Paq Estándar no se admite por albarán. Su admisión siempre es unitaria y con grabación de datos de remitente y destinatario en IRIS.

Opcionalmente el cliente puede adquirir en la oficina un **embalaje con Tarifa Plana de paquetería**: sobre acolchado, sobre rígido, caja mediana y caja grande, a un precio fijo y con el límite de peso establecido para el producto.

Al **embalaje Paq Estándar Tarifa Plana** se le puede añadir «Seguro adicional» y «Reembolso» (el reembolso en este caso solo puede ser como máximo de 200 €).

**NOTA:** Los clientes del programa Post-Libris deben utilizar el Paq Estándar Oficina Elegida (PS) para poder acogerse a los descuentos publicados en tarifas.

Dentro de la admisión del Paq Estándar se ofrecen dos **productos específicos de El Camino de Santiago**:

- **Paq Peregrino:** envío del equipaje al destino o etapa solicitada, que incluye la opción de almacenaje en lista durante un periodo de 15 días, con opción de contratar previamente una ampliación de 30, 40 o 75 días.
- **Paq Bicicleta:** el producto incluye el envío a destino, el embalaje adaptado para la bicicleta y un seguro de 300 €, que el cliente podrá ampliar si lo desea (abonando la diferencia).

La modalidad de entrega será en la oficina elegida, y el tiempo en lista de 15 días (modificable a 20, 30 y 60 días).

#### d) Paquete Azul

Para el cliente no es urgente el envío ni quiere elegir un punto de entrega

Para envíos nacionales no urgentes y de hasta 20 kg de peso, que puede circular con los siguientes valores añadidos:

- Aviso de recibo.
- Reembolso.
- Valor declarado.
- PEE.

#### GRABAR DATOS EN IRIS DE LA PAQUETERÍA

Para la **admisión de la paquetería nacional en IRIS** se han de grabar todos los datos del envío en el sistema; también se ha de solicitar al cliente el *e-mail* si desea que se le entregue por este medio el formulario de admisión. Al dar de alta el envío, aparecerán en la tableta digitalizadora los datos del envío, el cliente verificará que son correctos, firmará el conforme y la aceptación del condicionado. El número de envío lo generará el sistema una vez se haya dado de alta en IRIS.

Se deberá **adherir etiqueta la generada por IRIS** una vez dado de alta el envío. En la etiqueta que genera el sistema aparece el número, y deberá adherirse al paquete de forma que quede perfectamente legible ya que en ella van los datos necesarios para el curso, entrega y seguimiento del envío. Si el Paquete Azul es de clientes con contrato admitido por albarán, la etiqueta que debe llevar adherida será la etiqueta de P Azul.

Cuando el envío haya sido admitido en IRIS y se haya impreso la etiqueta, el sistema generará el **formulario digital**, para entregar al cliente o enviárselo por *e-mail*, si ha facilitado el *e-mail*. En el formulario aparecerán todos los datos grabados en IRIS:

- Datos del remitente.
- Datos del destinatario.
- Producto.
- Número de envío.
- Oficina de admisión.
- Importe del envío.
- Fecha de Admisión.
- Peso volumétrico.
- Valores añadidos, si los tiene.

Al generarse el formulario digital, la firma va embebida ya que el cliente habrá firmado en la tableta digitalizadora.

**e) Paq Ligero**

Este tipo de envío no admite valores añadidos.

Producto que, en oficinas, solo puede ofrecerse y admitirse a clientes de Tarjeta Más Cerca. Para admitir un Paq ligero a clientes de contrato deberá venir prerregistrado. Orientado a los pequeños envíos, para las ventas de bajo valor y pesos y dimensiones muy pequeños (**máximo 2 kg**), pensado primordialmente para el e-commerce y en el sector editorial, para el transporte de sus envíos promocionales.

La entrega se hará en domicilio, preferentemente en el buzón del destinatario; de no producirse la entrega, pasará a oficina para la recogida por parte del destinatario.

**B.2. Admisión de logística inversa**

Producto especialmente pensado para devoluciones de particular a empresa de forma que los destinatarios de los productos dispongan de un canal cómodo y accesible para el retorno de los envíos con cargo a un cliente de contrato. Corresponderá al cliente de Correos detraer o no el coste de devolución del importe a reembolsar, de acuerdo con su política de devoluciones.

En cuanto a la forma de pago, será **pago diferido** por el cliente. Estos envíos nunca serán de pago al contado. Aplicable al **Paq Estándar** en todas sus modalidades y al **Paq Premiun**, y **NO llevarán valores añadidos**.

Hay **tres clases de logística inversa**:

- **EPG.** Este tipo de devolución se realiza para envíos de importación relacionados con el correo e-commerce, entre determinados Operadores postales de distintos países del grupo European Parcel Group (EPG). La numeración de estos envíos comienza por **CZ**. **No se admitirán devoluciones del comercio electrónico EPG desde Canarias, Ceuta y Melilla.**
- **Envíos prerregistrados: LI, L3.**
- **Envíos sin prerregistro: SN.**

**NOTA:** NUNCA deberán cursarse sin darse de alta en IRIS.

El **remite de la logística inversa** podrá presentarse con el envío bajo las siguientes modalidades:

- Con etiqueta preimpresa.
- Sin etiqueta y con código de envío (LI....XX o L3....XX) facilitado por el remitente. La impresión de la etiqueta se realiza en la Oficina.

- Sin etiqueta y con referencia interna del cliente. La impresión de la etiqueta se realiza en la Oficina.

**El admisor registrará en IRIS el código de envío o referencia interna de autorización** para verificar que se dispone de información prerregistrada en el sistema y que esta se encuentra vigente, es decir, que no ha vencido el plazo informado por el cliente para la admisión del envío. Además, **procederá a comprobar el acondicionamiento** general de los envíos, estado, peso, dimensiones máximas y mínimas, claridad de la etiqueta y código de barras.

El sistema de admisión **comprobará si en el prerregistro viene autorizado el uso de embalajes**, en cuyo caso informará al admisor para que en este caso elija el embalaje permitido más apropiado al envío, y procederá a marcar dicho tipo de embalaje en el envío para su posible facturación.

En el caso de envíos con destino Canarias, Ceuta, Melilla y Andorra, **se comprobará que se presenta con la documentación en aduanera** necesaria correctamente cumplimentada.

La existencia de información previa será requisito indispensable para la admisión de los envíos. En caso de que el prerregistro esté caducado, el propio sistema informará en el momento de la admisión de esta circunstancia.

Los **envíos de logística inversa sin prerregistro** siempre empiezan por **SN**. Al no estar prerregistrados, hay que introducir los datos en IRIS para proceder a su admisión. Para estos envíos, siempre hay que acceder por el botón de «Logística Inversa». Para la logística inversa sin prerregistro (SN), el cliente aportará los datos a grabar o la etiqueta preimpresa.

Permite la venta de embalajes asociados al producto y siempre a cargo de un contrato, por lo que nunca hay que cobrar al contado.



Una vez **realizadas las comprobaciones de los datos** que devuelve la aplicación, corregidos si es necesario y grabado el *e-mail* del cliente si este desea recibir el formulario de admisión por este medio, **se aceptará la admisión y el sistema devolverá la imagen de la tableta digitalizadora para que el cliente firme la admisión.**

En el caso de que sean envíos L3, LI o SN, se podrá imprimir la etiqueta si el cliente no la aporta o bien la aportada no está en perfectas condiciones.

Firmada la admisión en la tableta digitalizadora quedará realizada.

### **B.3. Admisión de paquetería prerregistrada**

**Los envíos deberán venir con la etiqueta correspondiente generada por el sistema de prerregistro; siempre** deberán darse de alta de forma unitaria en IRIS, y nunca deberán presentarse a través de albarán. En alguna ocasión, cuando se trate de envíos unitarios o entregas de pocas unidades, pueden no traer la etiqueta generada, pero siempre se deberá **facilitar el número del envío al admisor para que lo introduzca en el sistema y compruebe que los datos son correctos.**

### **CLIENTES PARTICULARES**

Deberán pagar por internet en el momento de prerregistrar los envíos en Mi Oficina. No entrarán en este tipo de envíos los de logística inversa.

Al tratarse de envíos prerregistrados, cuando el cliente va a la oficina de Correos a depositarlos, deberá presentarlos preparados para su admisión, con las etiquetas adheridas a los envíos que previamente habrá generado a través del sistema de prerregistro.

Los envíos prerregistrados llevan toda la información asociada al envío (datos de destino, remitente, peso, valores añadidos y producto) en la propia etiqueta, por lo que no habrá que adherir ninguna etiqueta identificativa.

No es necesario seleccionar producto. **Se leerá el código de la etiqueta** directamente en el campo de lectura de código, desde **IRIS > Admisión > Envíos Postales**, y el sistema indicará el producto del que se trata.

Si al leer el código de barras el sistema no devuelve información o lanza un mensaje de error que impide la admisión, se informará al cliente y no se admitirán los envíos.

**En ningún caso se deben admitir envíos que no tengan información**, pues todos los envíos se deben cursar con el evento de admisión en IRIS y, para que esto ocurra, antes deben haber sido prerregistrados.

Antes de devolver el envío al cliente se puede consultar en el localizador de envíos, leyendo el código de barras, para verificar que el problema no es de conexión entre sistemas; si tampoco aquí hay información, se deberá devolver al cliente.

## Glosario

**CN23:** Formulario que genera el sistema que recoge la declaración de valor **para la aduana de los envíos de particulares dirigidos a otro régimen fiscal.**

En ella se detalla el contenido del envío, el valor del mismo y los NIF del remitente y destinatario, las instrucciones del cliente indicando que se ha de hacer con el envío en caso de no poderse realizar la entrega. Se genera por duplicado y ha de ser firmado por el cliente. Se introduce en bolsa transparente y esta se adhiere, si es posible, en el anverso de los envíos, doblada de forma que pueda verse el contenido del envío.

**Cuando el sistema devuelve la información del prerregistro, se deberá comprobar que los datos coinciden con la modalidad del envío que presenta el cliente.**

**NOTA:** Cuando el envío que se esté admitiendo ofrezca discrepancias de peso y sea un envío de paquetería, habrá que modificarlo y el sistema imprimirá una nueva etiqueta para reetiquetar el envío y cursarlo con esta etiqueta modificada.

Cuando no haya discrepancias entre lo prerregistrado por el cliente y lo presentado en la oficina, se aceptará la admisión y si hubiera diferencias, una vez corregidas, también se aceptará. El sistema mostrará la tableta digitalizadora para que el cliente firme la admisión, se genere la etiqueta si es necesario, el formulario de admisión para entregarlo en papel o enviarlo por *e-mail* si el cliente elige esta modalidad de recepción y la documentación que ha de acompañar al envío. Si es internacional o va a otro régimen fiscal diferente, se completará el CN23 por duplicado que deberá firmar el cliente o la etiqueta de comercial de contenido.

Si el envío se marcó en Mi Oficina como pago en efectivo y ha habido que corregir el peso, podrá cargarse la diferencia del importe en la bolsa, y se procederá a cobrar.

Al terminar la admisión, se generará el CN23 por duplicado, que deberá firmar el cliente y acompañar al envío en bolsa transparente.

#### B.4. Admisión de paquetería con tarifa plana

La **tarifa plana relativa al Paq Estándar** se selecciona directamente en la pantalla de admisión seleccionando el producto que se adapte a la necesidad del cliente. **El embalaje estará incluido en el precio del producto.** Los tipos de embalaje disponibles son: sobre rígido grande, sobre acolchado grande, caja pequeña, caja mediana y caja grande.

**NOTA:** Para el Paq Botella y el Paq Bicicleta, el embalaje no está incluido en el precio del Paq; será necesario venderlo previamente en venta de productos de Oficina.

The screenshot shows the 'Paq Estándar Antes Paq 72' admission screen. Key elements include:

- Características del envío:**
  - Peso: 25 gr
  - CP Destino: 38001
  - País: ESP (ESPAÑA)
  - ¿Tiene Mercancías Peligrosas?: No (N)
  - Tipo Modificación: Modificaciones Completas
- Peso Volumétrico:**
  - Alto, Ancho, Largo, Peso Vol. (cm, cm, cm, gr)
- Código Envío / Nube de puntos:**
  - Prefranqueado:
  - Reimprimir etiqueta:
  - Etiquetadora:
  - Imp. Laser:
  - Ref. M11A:
  - Tipo Franqueo:
  - Modalidad de Entrega: A domicilio
  - Tipo de envío:
  - PostLibris:
- Documentación DUA:**
  - Factura:
  - Correos:
  - T2LF(<6.000€):
  - Otros:
  - Bajo valor:
  - CN23:
  - Único envío de la agrupación:
- Valor declarado paquetería (ant. Seguro a Todo Riesgo):**
  - Referencia cliente:
  - No aporta:
- Firma Digital:**
  - Reembolso:
  - Fijar importe:
  - Fijar cuenta:
  - Cuenta / BAN:
  - Digitalización:
  - Email:
  - Introduzca Email:
  - Venta con estampilladora:
  - Autorización Previa para la Entrega:
- Franqueo inicial unitario:**
  - Franqueo inicial: 0,00
  - Falta franqueo: 19,85
- Lista de productos (left sidebar):**
  - SOBRE PAQ72 RIGIDO GRANDE
  - SOBRE PAQ72 RIGIDO PEQUEÑO
  - SOBRE PAQ72 ACOLCHADO GRANDE
  - SOBRE PAQ72 ACOLCHADO PEQUEÑO
  - CAJA PAQ72 GRANDE
  - CAJA PAQ72 MEDIANA
  - PAQ PEREGRINO GRANDE
  - PAQ PEREGRINO PEQUEÑO
  - PAQ BICICLETA NACIONAL
  - PAQ BICICLETA CANARIAS
  - PAQ 1 BOTELLA
  - CAJA PAQ72 MEDIANA RURAL ADMISION
  - PAQ BICICLETA BALEARES
  - PAQ 2 BOTELLAS
  - CAJA PAQ72 GRANDE RURAL ADMISION
  - SOBRE PAQ72 ACOLCHADO GRANDE RURAL ADMISION
  - PAQ 3 BOTELLAS
  - CAJA PAQ72 PEQUEÑA

La **tarifa plana relativa al Paq Premium** se selecciona directamente en la pantalla de admisión, seleccionando el producto que se adapte a la necesidad del cliente.



### B.5. Admisión de paquetería internacional

Si el cliente desea enviar mercancías o contenidos voluminosos de ámbito internacional, hay que derivarle a la paquetería internacional. Es suficiente con seleccionar el producto a enviar y el país de destino.

### a) Paquete Internacional Standard y Paquete Internacional Económico

Para los envíos de mercancías o voluminosos, en los que la urgencia no sea una necesidad del cliente.

Puede incorporar los siguientes valores añadidos:

- Aviso de recibo (según país).
- Reembolso (según país).
- Valor declarado (hasta 3.000 €, según país).

Cuando se elija el valor añadido reembolso, siempre deberá cumplimentarse el formulario TFP3 que ha de acompañar al envío introduciéndolo en una bolsa transparente y además se identificará el envío con la etiqueta triangular (color naranja) en la que aparece la palabra «Reimbursement», que se colocará junto a la etiqueta de dirección.

### b) Paquete Internacional Premium

Para los envíos de mercancías o voluminosos de ámbito internacional, en los que el cliente demande **urgencia en la entrega**.

**NOTA:** Cuando el cliente desee enviar un Paq Premium con destino a alguno de los países pertenecientes a KAHALA (Australia, China, Estados Unidos, Hong Kong, Japón, Korea del Sur, Singapur, Francia y Reino Unido), siempre se deberá grabar en IRIS del código postal de destino correcto.

### c) Paquete Internacional Light

Para los envíos de documentos o mercancías de poco peso, de hasta 2 kg, en los que el cliente demande urgencia en la entrega.

- Ofrece trazabilidad hasta su entrega.
- Sirve para contenido de poco valor que no requiera firma en la entrega.
- Al ser un producto de entrega sin firma, no cuenta con garantía en caso de pérdida o extravío.
- Dimensiones máximas de largo + alto + ancho = 90 cm sin que la dimensión mayor exceda 60 cm.

**NOTA:**

- Puede realizarse la declaración aduanera de exportación para terceros países (la operativa del DUA no cambia con respecto a otros envíos).
- La etiqueta del paquete Light lleva incorporado el CN22 cuando el valor de la mercancía sea inferior a 300 €.
- Si el valor de la mercancía tiene un valor superior a 300 €, se imprimirá un CN23 por duplicado, que el cliente ha de firmar.



Para la **admisión de paquetería internacional** se accede a **IRIS > Admisión > Envíos Postales > Paquetes**, y se introducen las características del envío: peso, código postal, país de destino y modalidades o valores añadidos. Para iniciar la búsqueda, se introducirá el nombre del país o sus primeras cuatro letras en el cuadro, y se realizará la búsqueda. A continuación, se marcará si el envío contiene o no mercancías peligrosas, comprobando que lo que se quiera enviar pueda circular por vía aérea; la aplicación mostrará los envíos compatibles para poder seleccionar según las necesidades del cliente.

**Correos IRIS** Inicio > Admisión > Envíos Postales

Envíos Postales

Cartas Paquetes

**Características del envío**

**Peso:** 2000 gr

**Ámbito:** Península y Baleares

**CP Destino:** [ ]

**País:** ALE ALEMANIA

**Modalidades:**

- Aviso de recibo
- Reembolso
- Asegurado
- Pack Libre Servicio

**Info. Envío:**

No normaliz.

**¿Tiene Mercancías Peligosas?**

S  N

\* (Sólo para envíos pre-registrados)

**Código de envío\* o Nº Referencia** [ ]

**Peso volumetrico**

Alto [ ] cm Ancho [ ] cm Largo [ ] cm **Peso Vol.** [ ] gr

**Envíos compatibles**

Paq. Azul	Int. Premium 57,05	Paq. Estándar
Int. Standard 35,01	Int. Económico 35,60	Log. Inversa
Int. Light 24,95	Paq. Ligero	Paq. Premium

**Servicios Relacionados:**

- Mantenimiento Certificados
- Línea Económica

**Últimos Servicios:**

Cliente Tarjeta

Nuevo Cliente

**Total Bolsa:**

Cobrar Bolsa

**Gestor Turnos:**

Automático

Para la admisión de la paquetería Internacional, el operador grabará en IRIS los datos completos de:

- **REMITENTE.**
- **DESTINATARIO** (teniendo en cuenta que son obligatorios los que figuran en amarillo, y se incluye como obligatorio el teléfono del destinatario).

Correos IRIS Inicio > Admisión > Envíos Postales  
Paquete Internacional Standard / PRIO

Características del envío Destinatario y Remitente Contenido del envío

**Datos remitente**

Nombre  Apellidos  C.P.

Dirección  Localidad

Teléfono  NIF

Nº Apartado  C.P.-Ap.  Of. Dest.

Persona Contacto  Email

Fijar Datos Remitente  Es una empresa

**Datos destinatario**

Nombre  Apellidos  C.P.

Dirección  Localidad

Persona Contacto  Email

2ª Direc.  Teléfono  NIF

Apartado Postal  Es una empresa

Fijar Datos Destinatario  Cliente NO autoriza uso datos  Ocultar datos del remitente

**Servicios Relacionados**

- Confirmación Autorización DUA
- Alta agrupación EAI

**Últimos Servicios**

**Total Bolsa**

**Gestor Turnos**

Automático

- **CONTENIDO DEL ENVÍO:** al grabar paquetería hay que completar la pestaña de IRIS: Contenido del envío. Aparecerá un desplegable con la descripción de multitud de mercancías, pero si en algún caso no aparece la mercancía en el desplegable, el exportador deberá conocer el número tarifario y, en tal caso, se introducirá este número en el campo «Nº tarifario» (tiene 6 cifras); si dicho número es correcto, se habilitará el campo «Descripción» para escribir en él el nombre de la mercancía. Al terminar la admisión, se generará el CN23 por duplicado, que deberá firmar el cliente y acompañar al envío en bolsa transparente.

Correos IRIS Inicio > Admisión > Envíos Postales  
Paquete Internacional Standard / PRIO

Características del envío Destinatario y Remitente Contenido del envío

**Tipo**  Factura  Licencia  Certificado

**Filtros de Búsqueda**

Filtros de Búsqueda	Descripción	Valor	Peso(gr)	Cantidad	Nº Tarifario	Pais Origen
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

**Otros datos**

**Instrucciones en caso de no entrega**

**Referencia Aduanera del Expedidor**

**Número de IVA del Importador**

**Teléfono del Importador**

**Referencia Fiscal del Importador**

**Código del Importador**

**Email del Importador**

**Servicios Relacionados**

- Confirmación Autorización DUA
- Alta agrupación EAI

**Últimos Servicios**

**Total Bolsa**

**Gestor Turnos**

Automático

El sistema generará el número del envío una vez se haya dado de alta en IRIS.

**NOTA:** La documentación aduanera para envíos que se admitan en Península y Baleares, dirigidos a países fuera de la Unión Europea o admitidos en Canarias, Ceuta, Melilla y Andorra dirigidos fuera de su ámbito, la genera IRIS una vez dado de alta el envío.

Se imprimirá el CN23 por duplicado, por la impresora del sistema, y deberá ir firmado por el cliente.

Cuando el remitente sea empresa o persona física que no vaya directamente a la oficina, se le puede facilitar por adelantado el CN23 descargándolo de Conecta.

Al terminar la admisión de los envíos dirigidos a Unión Europea desde Península y Baleares, el sistema generará la «Etiqueta comercial con declaración de contenido» que también se incluirá en la bolsa de documentación aduanera y viajará con el envío, para que Seguridad pueda comprobar el contenido del envío siempre que la imagen del escáner no sea clara.

Una vez dado de alta el envío en IRIS, aparecerá el número en la etiqueta que genera el sistema, que se adherirá al paquete de forma que quede perfectamente legible ya que en ella van los datos necesarios para el curso, la entrega y el seguimiento del envío.

Toda la documentación que deba acompañar a los envíos deberá ir **en SOBRE DE PLÁSTICO PARA DOCUMENTACIÓN ADUANERA**. Los CN23 o la Etiqueta Comercial con Declaración de Contenido deberán ir de forma que puedan verse, y leerse el contenido, sin manipular la bolsa.

Si el envío es admitido en Península o Baleares y va a un país fuera de la Unión Europea o es admitido en Canarias, Ceuta, Melilla y Andorra y va dirigido fuera de su ámbito, la aplicación generará el CN23 por duplicado, que se imprimirá por la impresora del sistema. Habrá que entregar los CN23 al cliente para que los firme y viajarán con el paquete junto con el resto de documentación necesaria.

Si es reembolso, se deberá adjuntar el formulario TFP3 cumplimentado, colocado en bolsa transparente, y la etiqueta triangular (color naranja) con la palabra «Reimbursement», pegada junto a la etiqueta de dirección.

Cuando el envío haya sido admitido en IRIS, aparecerán en la tableta digitalizadora los datos grabados para que el cliente los verifique y acepte con su firma. A continuación, se imprimirá la etiqueta del envío y se generará el formulario con la captura de la firma del cliente o se enviará a su *e-mail* si lo ha facilitado.

En el formulario aparecerán todos los datos grabados en IRIS:

- Datos del remitente.

- Datos del destinatario.
- Producto.
- Número de envío.
- Oficina de admisión.
- Fecha de admisión.
- Peso volumétrico.

Admitido el envío, se cobrarán los importes que aparecen en IRIS.

### B.6. Admisión de paquete libre servicio internacional

El **Paquete Standard** y el **Paquete Premium Internacional** disponen de un **servicio de paquete libre servicio internacional**. El producto tiene un **precio cerrado en función del embalaje que se utilice y no del peso del envío**.

Estos productos no pueden venderse al margen del servicio al que acompañan. La única forma de «vender» un embalaje de este tipo es mediante la admisión de un paquete internacional. Los cuatro modelos de embalaje disponible son: sobre acolchado grande, caja pequeña, caja mediana y caja grande. Los embalajes deberán estar cargados en el almacén de la oficina.

Por tanto, se ofertan cuatro embalajes para su remisión a dos únicas zonas:

- Zona A, Unión Europea: se prestará el servicio con Paq Standard Internacional.
- Zona B, resto de países: se prestará el servicio con Paq Premium Internacional.

Para la **admisión de paquete libre servicio Internacional** se accede en **IRIS al menú de Admisión > Envíos Postales > Paquetes** y se marca el *check* «Pack Libre Servicio», que muestra el producto postal que se puede admitir en función del país de destino.

The screenshot shows the IRIS system interface for international parcel admission. The 'Características del envío' section includes fields for 'Peso' (3000 gr), 'Ámbito' (Península y Baleares), 'CP Destino', 'País' (USA), and 'ESTADOS UNIDOS'. The 'Modalidades' section has checkboxes for 'Aviso de recibo', 'Reembolso', 'Asegurado', and 'Pack Libre Servicio' (checked). The 'Info. Envío' section has a 'No normaliz.' checkbox and a '¿Tiene Mercancías Peligrosas?' section with 'S' and 'N' radio buttons. Below this is a 'Código de envío\* o Nº Referencia' field and a 'Peso Volumetrico' section with 'Alto', 'Ancho', 'Largo', and 'Peso Vol.' fields. The 'Envíos compatibles' section shows a grid of options: 'Paq. Azul', 'Int. Premium' (85,80), 'Paq Estándar', 'Int. Standard', 'Int. Económico', 'Log. Inversa', 'Paq Premium', 'Int. Light', and 'Paq Ligero'.

Paq. Internacional Premium Tarifa B Resto de Países.

The screenshot shows the IRIS system interface for international parcel admission. The 'Características del envío' section includes fields for 'Peso' (2000 gr), 'Ámbito' (Península y Baleares), 'CP Destino', 'País' (ALE), and 'ALEMANIA'. The 'Modalidades' section has checkboxes for 'Aviso de recibo', 'Reembolso', 'Asegurado', and 'Pack Libre Servicio' (checked). The 'Info. Envío' section has a 'No normaliz.' checkbox and a '¿Tiene Mercancías Peligrosas?' section with 'S' and 'N' radio buttons. Below this is a 'Código de envío\* o Nº Referencia' field and a 'Peso Volumetrico' section with 'Alto', 'Ancho', 'Largo', and 'Peso Vol.' fields. The 'Envíos compatibles' section shows a grid of options: 'Paq. Azul', 'Int. Premium', 'Paq Estándar', 'Int. Standard' (35,01), 'Int. Económico', 'Log. Inversa', 'Paq Premium', 'Int. Light', and 'Paq Ligero'.

Paq. Internacional Standard Tarifa A Unión Europea.



Una vez marcada la opción, se mostrarán las opciones de embalaje disponibles. Al seleccionar el tipo de embalaje, se mostrará el importe del envío y se continuará el proceso habitual de admisión de un paquete internacional, cumplimentando los datos del destinatario, remitente, contenido del envío.

**Características del envío**

Fecha de admisión: 20/04/2022  
 Hora admisión: 11:24

Peso: 2000 gr  
 CP Destino:   
 País: ALE (ALEMANIA)

¿Tiene Mercancías?  S  N  
 Servicio: Pack Libre

**Destinatario y Remitente**

Cód Envío:   
 Firma Digital:  Digitalización  Email  
 Introduzca Email:   
 Nº Contrato:  Nº Cliente:  Tipo Franqueo:   
 Persona Depositaria:   
 Venta con estampilladora

**Contenido del envío**

Imprimir etiqueta  
 Etiquetadora  Imp. Laser  
 Ref. M11I   
 Valor declarado

Importe		Franqueo inicial unitario	
Precio base	<input type="text"/>	Franqueo inicial	0,00
Seguro	0,00	Falta franqueo	0,00
<b>Total</b>	<b>0,00</b>	<b>Total a pagar</b>	<b>0,00</b>

Botones:

### B.7. Admisión paquetería de Correos Express

Las características de la paquetería de Correos Express son las siguientes:

- Expediciones multibulto.
- Máximo de peso 40 kg por bulto y 100 kg por expedición, teniendo en cuenta que el peso máximo por envío en la expedición son 20 kg. Cuando el envío es un Equipaq24, el peso máximo por envío es de 25 kg y el total de la expedición, 5 bultos (125 kg).
- Máximo de 5 bultos por expedición.

- Medidas de largo + ancho + alto = 2,4 m, no pudiendo ser ninguna de estas tres medidas superior a 1,2 m.
- Seguro a todo riesgo: 1,5% del valor declarado y hasta un máximo de 3.000 € por expedición.
- Dos intentos de entrega.
- Posibilidad de entrega en sábado en función de diferentes productos y condiciones (según directorio de poblaciones).
- Servicio de reembolsos hasta un máximo de 999,99 € por expedición.
- Producto garantizado: en caso de no cumplir con el horario de entrega (salvo causas ajenas a Correos Express), se devolverá el 100% del precio del porte.
- Sin reexpedición a otras provincias.
- Sin coste de devolución al remitente.
- Paq 10: compromiso de entrega antes de las 10.00 horas del día siguiente hábil a la fecha de admisión.
- Paq 14: compromiso de entrega antes de las 14.00 horas del día siguiente hábil a la fecha de admisión.
- Paq 24: compromiso de entrega a lo largo del día siguiente hábil a la fecha de admisión.
- Para que se cumpla con esta calidad, deberán haber sido admitidos antes de las 17.00 horas en oficinas que tengan turno de tarde y las 14.00 horas en oficinas que tengan turno de mañana.
- Sábados y festivos se consideran días inhábiles.

Antes de ofrecer este producto al cliente hay que cerciorarse de que, en efecto, se presta este servicio en destino; para ello será necesario abrir la aplicación «Correos Express» e introducir la localidad de destino, y la aplicación devolverá un mensaje indicando si hay entrega en la localidad elegida.

Para el **registro de admisión** de este tipo de envíos se accederá a la aplicación de Correos Express desde la página principal de IRIS haciendo la llamada a través de llamadas externas y a continuación se seleccionará Correos Express.

Una vez en la aplicación, se elegirá la opción «Grabación de envíos» y se podrá elegir el país de des-

The screenshot shows the IRIS application interface. At the top, there is a navigation bar with the 'Correos IRIS' logo and the breadcrumb 'Inicio > Llamadas a sistemas externos'. Below this, a dropdown menu is open, showing a list of services: 'Todas', 'Admisiones terceros', 'Dinero', 'Energía', 'Herramientas oficina', 'Ocio y loterías', 'Servicios Digitales', and 'Telefonía'. The main content area is titled 'Gestión o Venta a través de Sistemas Externos' and contains a 'Clasificación' section with radio buttons for 'CAMINO SANTIAGO', 'CORREOS EXPRES', 'CORREOS MARKET', and 'PORTAL ENTIDADES COLAB'. Below the radio buttons are 'Acceder', 'Ayuda', and 'Volver' buttons. On the right side, there is a sidebar with several service-related buttons: 'Servicios Relacionados', 'Últimos Servicios', 'Cliente Tarjeta', 'Nuevo Cliente', 'Total Bolsa' (with a 'Cobrar Bolsa' button), and 'Gestor Turnos' (with an 'Automático' button).



tino: ESPAÑA o PORTUGAL. A continuación, se introducirá código postal de destino, número de bultos, peso y peso volumétrico, y la aplicación devolverá el importe del envío según sea Paq 10, 14 o 24 (si se elige como destino PORTUGAL, el único producto que se activará es el Paq 24); una vez elegido el producto por el cliente, se pasará a grabar los datos.

Se grabarán los datos de remitente y destinatario (en el campo teléfono del destinatario se puede introducir un número de teléfono fijo). Siempre se ha de grabar el teléfono de remitente y destinatario para poder solventar, sin perder fecha, cualquier incidencia en la entrega.

Se pueden grabar cinco bultos por expedición, con un peso total de 100 kg y peso unitario máximo de 40 kg; el peso no se captura de la balanza automáticamente, ya que se trata de una aplicación externa a IRIS.



 Grabación de envíos

 Listado de envíos

 Envíos admitidos

 Facturas de envíos

 Logística Inversa

 Poblaciones

Usuario: C011152.token-2870001.correos.com

## Grabación de envíos (Manual de usuario)

Esta oficina deberá transitar los envíos de Correos Express por la cta CAM1 MADRID. Hora de corte para compromiso día siguiente:17:00.

Recoger en domicilio

EquiPaq24 (Paq Maletas)

Código de Cliente:

**Destinatario**  Apartado Postal

País \*: ESPAÑA ▼

C. Postal/Localidad \*: C. Postal/Localidad

**Datos del envío**  Con embalaje  Paq Deporte

Bultos \*:

Peso \*:  gr.      Alto/Ancho/Fondo:  cm.  cm.  cm.      Peso Vol:







### Servicios adicionales que pueden ofrecer

- **Reembolso.** Puede admitirse hasta un valor de 2.499 € por expedición, la forma de abono al remitente siempre será por cuenta corriente, por lo que es imprescindible grabar el número de cuenta de ingreso.
- **Valor asegurado.** Puede asegurarse la expedición por un valor de hasta 3.000 €.

**NOTA:** Se pueden admitir envíos dirigidos a:

- **APARTADO DE CORREOS.** Para ello se marcará esta opción en la aplicación y se introducirá el número de apartado y código postal de destino; la aplicación devolverá el dato de la oficina en la que se encuentra el apartado.
- **CENTRO PENITENCIARIO.** Cuando los envíos lleven como dirección un Centro penitenciario, deberá detallarse, en el campo «Observaciones», la contraseña o clave del interno (que deberá facilitar el remitente) y advertirse al remitente de que algunos centros penitenciarios no admiten envíos. Siempre deberá grabarse el teléfono del remitente.

**NO SE PUEDEN ADMITIR ENVÍOS CUYA DIRECCIÓN SEA LISTA DE CORREOS.**

**Recogida a domicilio.** Si el cliente desea que el paquete sea recogido a domicilio, se marcará esta opción y se deberá introducir el domicilio del remitente donde se haya de recoger el envío, además de los datos del destinatario. Se puede elegir como fecha de recogida otra diferente a la propuesta por la aplicación; pulsando en el enlace, se seleccionarán la fecha y los intervalos deseados de recogida y, a continuación, se seguirá con la grabación de la misma forma que para cualquier otro envío.

Una vez grabados todos los datos y comprobado con el cliente que son correctos, se admitirá el envío y se enviará la orden de impresión de la etiqueta a la impresora de etiquetas. Se imprimirán tantas etiquetas como bultos tenga la expedición. A continuación, se imprimirá el resguardo que se entregará al cliente.

**NOTA:** Si cuando se ha impreso la etiqueta, se comprueba que hay algún error, existe la opción de modificar y volver a imprimir una nueva etiqueta y resguardo del envío.

Una vez admitido el envío y generados etiqueta y resguardo, se cobrará el importe al cliente por IRIS y se le entregará el resguardo. Una vez admitido el envío, automáticamente la aplicación generará una orden de recogida en Correos Express, que la reportará también de forma automática al rutero que tenga asignada esa oficina. Nunca deberán pasar a recoger los envíos antes de la hora de calidad, es decir, las 17.00 horas o las 14.00 horas.

58555033 CHRONOEXPRES S.A. AVENIDA EUROPA S.C.T.C. COSLADA COSLADA 28820 TLFN: 916002400		<b>EXP: 1130018889538672</b> <small>Envío Express</small>	
<b>ANTONIO</b> CALZADO 25 €9		REEMBOLSO: 10,00 Euros BULTOS: 1 de 1 FECHA: 18/01/11 13:16	TIPO PORTES: Pagado: 1,0 Kgs. VALOR ASEGURADO: 5,30 Euros
<b>28018</b> MADRID (CTM VALLECAS) MADRID ATT: ALANILLO TELF: 666666666		REF: 6465424 COD.BULTO: 11300188895386701288205 <b>CHRONO 10</b>	
			
			

**NOTA:** El curso de los envíos es diferente según el horario de la oficina:

- En todas las **oficinas con turno de tarde**, los envíos son recogidos por personal de Correos Express.
- En las **oficinas de capital de provincia con turno de mañana** también son recogidas por personal de Correos Express, siempre antes de las 15.00 horas. En estas oficinas, si llegada esta hora no ha pasado el rutero de Correos Express, «extraordinariamente» se cursarán por la ruta provincial de Correos, para asegurar que no pierden fecha de calidad.
- En el **resto de oficinas con turno de mañana**, se cursan los envíos a través de la ruta provincial de Correos.

### Admisión Equipaq 24

Si el cliente desea realizar el **envío de maletas**, deberá marcar la casilla «EquiPaq 24». Se le habilitará dónde tiene que indicar el número de maletas que quiere enviar (está permitido un máximo de 5 maletas). El peso máximo por maleta son 25 kg. Está permitido el envío de maletas con recogida en el domicilio del cliente. Adicionalmente, si se dispone de código promocional, se podrá introducir y aplicar un descuento sobre el precio total del envío, y se aplicará en el precio del envío. Una vez rellenados estos datos, no hará falta introducir ninguna otra información. Seguidamente, se imprimirá la etiqueta y la factura si se ha solicitado. La etiqueta deberá pegarse en el soporte que tienen las oficinas del «paq maleta», para después colocar el soporte en la maleta siguiendo las instrucciones incluidas en el reverso del soporte. En caso de que el cliente solicite la recogida en el domicilio, se le deberá entregar la etiqueta pegada en el soporte e informarle que deberá colocarlo en la maleta según viene explicado en el reverso del soporte.

### Admisión Paq Nieve tarifa plana

Hay dos modalidades de envío: **Paq 24** y **Paq 10**.

El cliente puede seleccionar la opción «**Paquete Deportes**» y, como sucede en la opción con embalaje, no hará falta que se rellenen los datos de bultos y peso del envío, puesto que estos ya se habrán definido según la opción deseada.

Este producto permite la recogida a domicilio.

En el momento de la admisión se permitirá **contratar la IDA y la VUELTA**, primero habrá que hacer la admisión de la IDA (desde la oficina o con recogida en el domicilio del cliente), y después la VUELTA (con recogida en el alojamiento o lugar solicitado por el cliente).

- **Etiqueta envío de IDA:** se imprimirá una etiqueta por la etiquetadora con el número de seguimiento del envío y los datos de Origen y Destino del envío de IDA, que deberá ser adherida al embalaje tanto si el cliente lo envía desde la propia oficina como si solicita la recogida en domicilio. En este último caso, el cliente se deberá llevar el embalaje con la etiqueta adherida a su domicilio, y pasará a recogerlo el transportista de Correos Express en la fecha y hora solicitada.

- **Etiqueta envío de VUELTA:** se imprimirá una etiqueta por la etiquetadora con el número de seguimiento del envío y los datos de Origen y Destino del envío de VUELTA, que deberá de ser adherida sobre un folio en blanco, cortándolo posteriormente para adaptarlo al tamaño de la etiqueta. Una vez hecho esto, se introducirá dentro de una funda plástica pequeña adhesiva (las de documentación de aduana disponibles en las oficinas) y se le entregará al cliente indicándole que debe adherirla al embalaje cuando prepare su envío de vuelta, para que el transportista de Cex recoja su envío en la fecha y hora solicitadas en su alojamiento totalmente embalado y con la etiqueta del envío de VUELTA adherida al mismo.
- En caso de solicitar **IDA y VUELTA** hay que informar al cliente de que, cuando reciba el envío en su alojamiento donde se vaya a hospedar durante sus vacaciones de esquí, no rompa el embalaje al abrirlo, sino que lo abra con precaución despegando las cintas adhesivas que haya puesto para precintarlo, ya que será el mismo embalaje que tendrá que utilizar para el envío de VUELTA.

La entrega se efectuará en 24 horas hábiles (48 h si se envía desde Baleares) en el domicilio o alojamiento donde se vaya a hospedar el cliente durante sus vacaciones de esquí, o también en cualquier oficina de Península o Baleares; queda excluido el envío a Canarias, Ceuta, Melilla y Andorra.

El plazo de permanencia en oficina es de 15 días.

The screenshot shows the 'Grabación de envíos' (Shipping Registration) page on the Correos Express website. The page header includes the Correos Express logo and navigation links: Grabación de envíos, Listado de envíos, Envíos admitidos, Facturas de envíos, Logística Inversa, and Poblaciones. The user is logged in as 'Usuario: C011152.token-2870001.correos.com'.

The main heading is 'Grabación de envíos' with a '(Manual de usuario)' link. Below the heading, a notice states: 'Esta oficina deberá transitar los envíos de Correos Express por la cta CAM1 MADRID. Hora de corte para compromiso día siguiente: 17:00.'

The form contains several sections:

- Destinatario:** Includes a checkbox for 'Apartado Postal', a dropdown for 'País \*' (ESPANA), and a text field for 'C. Postal/Localidad \*' (25001 LLEIDA).
- Datos del envío:** Includes checkboxes for 'Con embalaje' and 'Paq Deporte' (checked).
- Embalajes:** Includes a radio button for 'Paq Nieve' (selected).
- Productos disponibles para este código postal:** Includes radio buttons for 'Paq 10 Libre Servicio' and 'Paq 24 Libre Servicio'. Prices are listed as 'Precio con IVA: 58,20 €' and 'Precio con IVA: 21,25 €'.
- Código promocional:** Includes a text input field and an 'Aplicar' button.

## Admisión de logística inversa

Para admitir este tipo de envíos se accederá a la aplicación de Correos Express desde la página principal de IRIS, haciendo la llamada a través de llamadas externas. Una vez abierta la aplicación, habrá que acceder a la opción «Logística Inversa», en la que se introducirá el número de comercial o identificador.

El número de identificador tiene que proporcionarlo el cliente: es imprescindible que el cliente conozca este número o identificador, pues es la única forma de poder admitir el envío.

Cuando el cliente proporcione el número, si el número es correcto, aparecerán en pantalla todos los datos del remitente y del destinatario. A partir de este momento, el único campo a rellenar es el peso del envío. A continuación, se pulsará «Grabar envío».

**NOTA:** Este tipo de envíos no admite servicios adicionales.

Se comprobará con el cliente que todos los datos son correctos. De nuevo habrá que pulsar «Grabar Envío»; aparecerá en pantalla un mensaje indicando que se ha enviado el resguardo a la impresora y, a continuación, se imprimirá la etiqueta.