

CONECTAR
DE VERDAD
NO TIENE
LIMITES.

PEDRO Y HÉCTOR
AMIGOS DE
LAS BUENAS NOTICIAS



GESTIÓN COMERCIAL



LA INDUSTRIA POSTAL EN CHILE

En Chile, la industria postal se caracteriza por operar bajo una regulación bastante precaria y con escasos criterios de competencia. En términos generales, no existe un mercado formalmente establecido, razón por la cual tampoco hay cifras y datos concretos sobre su comportamiento y desempeño. Todo lo que de ella se conoce, o se publica, se hace en base a estimaciones y estudios que cada uno de los actores, principalmente CorreosChile, hace en forma independiente.

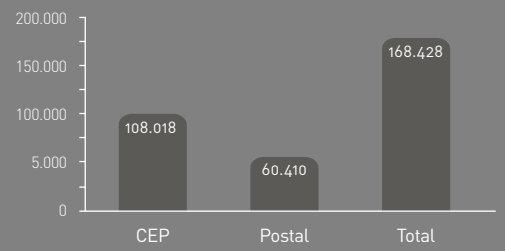
Considerando lo anterior, quizás el dato más evidente es que el negocio postal ha decrecido en forma considerable durante los últimos años, como consecuencia del efecto de la sustitución electrónica. Se estima que entre el 2008 y el 2009 cerca de un 12% de las empresas nacionales dejó de utilizar parcialmente los servicios postales, intercambiando la facturación y la comunicación con sus clientes por medio de Internet. La situación se vio acrecentada por la crisis económica mundial y se estima seguirá en esa senda, debido al constante avance que hay en materia de tecnologías de la información.

El negocio CEP, en cambio, ha mostrado tasas de crecimiento en torno al 20% anual en los últimos 5 años, y expertos sostienen que, a pesar de la crisis mundial que afecta a la industria, este segmento de negocio seguirá en expansión, por lo menos durante la próxima década.

Esto explica, probablemente, la tremenda proliferación que ha tenido la actividad postal en el último tiempo. Estudios informales asumen que en Chile existen a lo menos 20 operadores postales, de los más variados tamaños y niveles, que ofrecen servicios segmentados, tanto en el ámbito de las cartas como de la paquetería. La mayoría de ellos corresponde a empresas privadas, de origen local e internacional, y casi todas están concentradas en las ciudades de Santiago, Concepción, Valparaíso y Viña del Mar.

En este escenario, el negocio CEP constituye un mercado altamente atractivo para CorreosChile y es, definitivamente, donde están puestos sus mayores esfuerzos para los ejercicios futuros. (ver gráfico 1). Ello no quiere decir, sin embargo, que el negocio postal no represente una oportunidad de crecimiento. Por el contrario, la empresa considera que es precisamente en situaciones de crisis cuando se deben poner en práctica las mayores habilidades de innovación y sobre todo la capacidad de mejorar la calidad de los procesos para garantizar la sustentabilidad.

Gráfico 1
Tamaño y Composición del Mercado Postal y CEP



Fuente: estudio Mercado Express Chile 2008 - Evalúe Serve y Modelo predictivo de demanda de envíos postales, Brain Network, Abril 2008
*Cifras en Miles de \$.

NUESTRO NEGOCIO

En CorreosChile dividimos a nuestros clientes en Empresas y Personas naturales. Empresas está compuesto por organizaciones que operan en los sectores telecomunicaciones, financiero, retail (o comercio detallista), minería, salud y exportaciones, entre otros. También trabajamos con Administradoras de Fondos de Pensiones (AFP) y organismos e instituciones públicas. Las Personas, en tanto, pertenecen a todos los segmentos socioeconómicos del país.

Para satisfacer las necesidades de ambos grupos, contamos con una extensa red de sucursales y agencias, con amplia cobertura nacional. Con el correr de los años, además, nos hemos ido transformando en un proveedor de soluciones de comunicación competitivo, flexible y eficiente, y hemos sabido adaptarnos con éxito a las necesidades de nuestros clientes.

CorreosChile y el Negocio postal

CorreosChile es líder indiscutido en el negocio postal, con una participación de mercado que oscila en torno a un 75%, de acuerdo a estimaciones realizadas por el área comercial de la empresa. En los últimos años, sin embargo, algunos competidores han salido de su estrategia de nicho, ampliando su cobertura y capacidad operativa, lo que plantea un importante desafío competitivo para nuestra empresa.

75%

oscila nuestra
participación
postal.

CorreosChile y el Negocio CEP

Los actores que participan en este segmento de negocio han mantenido una alta concentración a lo largo de los años, siendo los más relevantes Chilexpress (líder en este negocio), Lit Cargo (que hoy es propiedad de TNT), Lan Courier y CorreosChile.

En el negocio de los envíos de mayor volumen participan activamente las empresas de buses Tur Bus Cargo y Pullman Cargo, entre otras. También existen competidores de nicho como son Promail y Motoboy, por nombrar los más importantes.

La consultora Alemana ITA Consulting GmbH, en su publicación CEP-Research, sostiene que el mercado CEP habría presentado un alza a nivel mundial, en el último trimestre de 2009. Asimismo, estima que en Chile las participaciones de mercado se habrían mantenido estables, mostrando crecimientos bastante parejos. En el caso particular de CorreosChile, su participación fluctuó en torno al 15% durante 2009.

El siguiente cuadro del mercado de valija, fuente INE, es un indicador que representa el crecimiento señalado anteriormente:

Gráfico 2
Participaciones de Mercado de CorreosChile

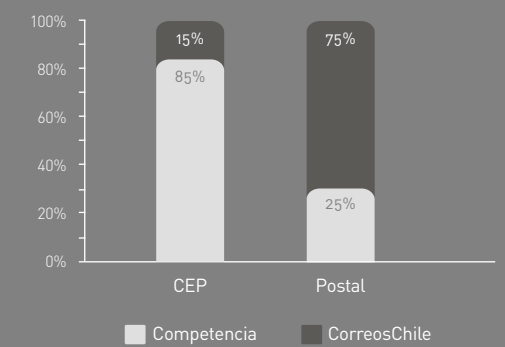


Gráfico 3
Demanda Valijas vs. Imacec



ESTRATEGIA COMERCIAL

Más valor para nuestros clientes y fuerte crecimiento en el mundo de la paquetería.

La necesidad de competir en un mercado postal cada vez más globalizado, con altos estándares de calidad y elevados niveles de flexibilidad, llevó a CorreosChile a elaborar una estrategia comercial mucho más integral, simple y efectiva, aprovechando su amplia cobertura nacional e internacional y su capacidad para procesar grandes volúmenes.

Este cambio de estrategia tiene su origen en la decisión que tomamos como compañía de cultivar una mayor intimidad con el cliente, en la cual nos propusimos desarrollar vínculos de alto valor, a objeto de conocer y responder de la mejor forma a las necesidades específicas de envío y comunicación de quienes confían en nosotros. Este compromiso ha sido particularmente relevante en este año de crisis, en que hemos debido acompañar a nuestros clientes con soluciones de calidad, sin perder de vista la necesidad de asegurar precios convenientes.

Con ese foco, durante el ejercicio 2009 tomamos una serie de decisiones que nos permitieron consolidarnos como una empresa moderna y competitiva, sentando bases sólidas para el crecimiento futuro de la empresa.

En la línea de paquetería, creamos la Gerencia de Negocios CEP e Internacional, que busca potenciar las oportunidades y capacidades generadas por la nueva Planta CEP.



Gerencia Comercial

Carlos Loyola | Gerente de Sucursales Metropolitana y Centro
Hyndra Palma | Gerenta de Negocios Postales
Rodrigo Flores | Gerente de Ventas Corporativas
Luis Iglesias | Gerente Comercial
Andrés Correa | Gerente de Marketing y Asuntos Corporativos
Carmen Gloria González | Gerenta de Ventas Empresas Medianas y Pequeñas
Ricardo Norambuena | Gerente de Negocios CEP e Internacionales
Claudio Canales | Gerente de Retail

Las principales actividades desarrolladas por esta gerencia durante el año 2009 tuvieron relación con reforzar el área de ventas y potenciar la entrega de servicios de Courier y Paquetería, a objeto de aumentar la participación de mercado.

También creamos la Gerencia de Negocios Postales y Alianzas, cuyo principal desafío es asegurar que la oferta postal mantenga su participación de mercado, sin la necesidad de aumentar las tarifas de sus productos. Ello, ciertamente, sin dejar de innovar y establecer alianzas que potencien el negocio.

Un acontecimiento importante del año 2009 lo constituyó el lanzamiento del nuevo Servicio Courier, 100% chileno y 100% de CorreosChile. Con orgullo podemos decir que hemos logrado mantener los niveles de calidad en la entrega, incrementado la capacidad de respuesta de nuestro servicio de atención al cliente y experimentando un alza sustantiva en las ventas courier respecto al de la antigua alianza Correos-TNT. De cara al futuro, nuestras expectativas en este segmento son aumentar la base de clientes y su facturación promedio, junto con desarrollar un amplio cross-selling de los productos de la cartera CEP.

En forma paralela, avanzamos significativamente en la construcción de una base de conocimiento de nuestros clientes. Los datos recopilados nos permitirán rediseñar el actual modelo de segmentación, incorporando variables de comportamiento transaccional, volumen, forma de pago y regularidad. Asimismo, identificamos importantes oportunidades para mejorar la experiencia de compra y servicio de nuestros clientes, a fin de aumentar sus grados de satisfacción y lealtad en los negocios postal y de courier, expreso y paquetería.

Durante el ejercicio, también fortalecimos la alianza con Western Union para el servicio de giro internacional y creamos una plataforma de giros de dinero entre Uruguay, España y Chile, a través de la red UPU de Correos en el mundo.

Adicionalmente, estamos transformando las sucursales en puntos multiservicios, especialmente en zonas de mayor ruralidad, lo que ha potenciado el rol social de CorreosChile, además de fortalecer su oferta comercial.

Otro hito relevante lo constituyó el cambio de imagen corporativa de CorreosChile. Hasta el cierre del ejercicio, ya se habían rediseñado las sucursales más importantes, toda la flota de transporte y los principales puntos de contacto con nuestros clientes.





POR UN CLIENTE SATISFECHO

Desarrollar intimidad con el cliente es la consigna que guía y orienta todas las acciones de CorreosChile. Así se definió en el ciclo de planificación estratégica 2008-2012 y con ese norte hemos trabajado, sin descanso, desde entonces. La tarea que nos une como miembros de esta organización es lograr establecer estrechas relaciones de valor con nuestros clientes, a través de nuestra capacidad de mirar, escuchar, entender y responder a sus necesidades.

Para lograr este objetivo, hemos desarrollado planes de acción que nos han ayudado a profundizar el conocimiento de nuestros clientes, sus necesidades y los focos de satisfacción e insatisfacción respecto de nuestro servicio. También hemos aplicado con éxito programas de percepción y escucha de clientes corporativos, cuyas respuestas nos han servido para mejorar áreas que estaban en crisis y generar soluciones que luego se han integrado a la cadena de valor de nuestros clientes.

Toda esta gestión se ha planificado para ser mantenida en el tiempo, pues nuestro objetivo es conseguir una mejora continua en el servicio y relación con nuestros clientes empresas y personas de todo el país y el resto del mundo.



LA TAREA QUE NOS UNE COMO MIEMBROS DE ESTA ORGANIZACIÓN ES LOGRAR ESTABLECER ESTRECHAS RELACIONES DE VALOR CON NUESTROS CLIENTES, A TRAVÉS DE NUESTRA CAPACIDAD DE MIRAR, ESCUCHAR, ENTENDER Y RESPONDER MEJOR QUE NADIE A SUS NECESIDADES.

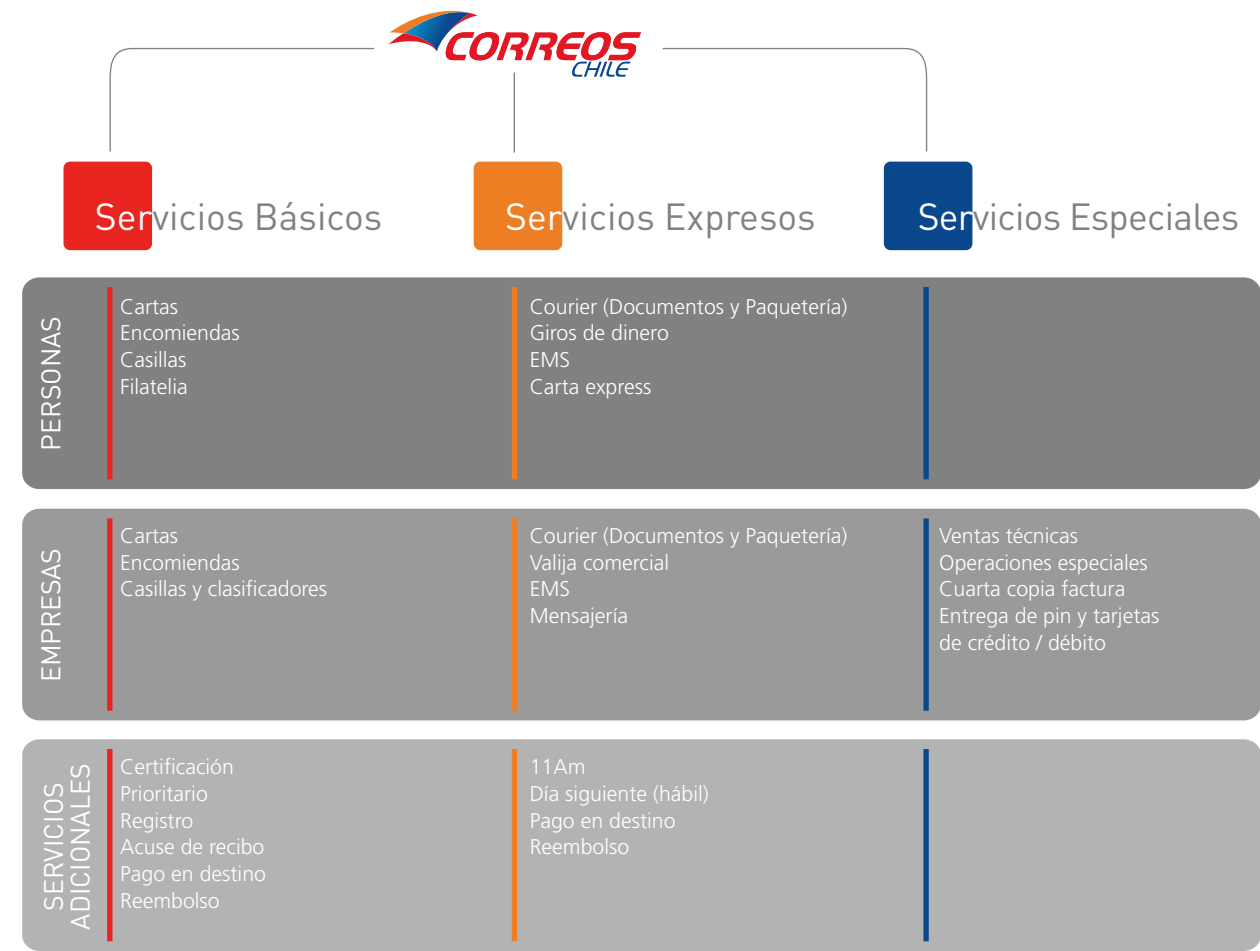


LÍNEAS DE SERVICIOS

NUESTROS PRODUCTOS Y SERVICIOS PARA EL PAÍS Y EL MUNDO.

CorreosChile entrega al país y al mundo una serie de productos y servicios. De acuerdo a la segmentación clientes Empresa y clientes Personas, estos se organizan en tres grandes líneas:

- Línea de Servicios Básicos: Postal Nacional e Internacional
- Línea de Servicios Expresos: Courier, Expreso y Paquetería Nacional e Internacional
- Línea de Servicios Especiales (empresas): Ventas técnicas, operaciones especiales, cuarta copia de factura, entrega de PIN y tarjetas de crédito/débito. Esta línea integra servicios a la medida, tanto del mundo Postal como de Courier, Expreso y Paquetería (CEP).



* Segmentación por atributo

INGRESOS POR LÍNEA DE NEGOCIO

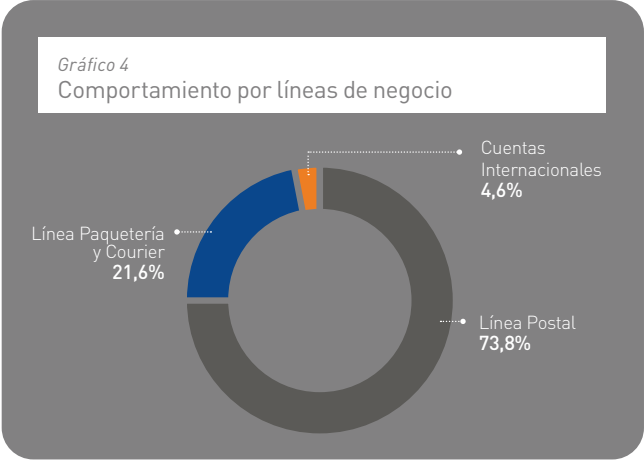
Ingresos

- Los ingresos generados durante el año 2009 por líneas de negocio, Postal, CEP y Cuentas Internacionales son los siguientes:
- Previendo lo anterior, CorreosChile tomó una serie de decisiones estratégicas durante el último trimestre de 2008, las que fueron implementadas con éxito el 2009. Entre ellas se cuenta la decisión de lanzar una línea de Courier propia y fortalecer Paquetería y Negocios Internacionales, líneas que mostraron resultados favorables, a pesar de ser un año restringido por la crisis financiera.

Cuadro 1 Ingresos Totales (millones de \$)	
LÍNEA	INGRESOS 2009
Línea Postal	56.202
Línea Courier, Expreso y Paquetería	16.532
Cuentas Internacionales*	3.491
Total Ingresos Correos	76.225

* Cuentas Internacionales, corresponde a ingresos percibidos desde otros correos internacionales, producto de la distribución de sobres y paquetes en Chile (Postal y CEP).

- La crisis financiera mundial se hizo sentir con fuerza en la industria postal a partir del último trimestre del año 2008. Bajo este escenario, el mercado se contrajo a tasas del 4,5%, impactando en el resultado global del negocio de CorreosChile.



* Evolución del comportamiento por líneas de negocio



NUESTROS PRINCIPALES CLIENTES

Contamos con una cartera de clientes de primer nivel, entre los que podemos distinguir:



Cientes Postales

- FALABELLA
- BANCO ESTADO
- MOVISTAR
- TESORERÍA GENERAL DE LA REPUBLICA
- LA POLAR
- RIPLEY
- BANCO SANTANDER
- CENCOSUD
- PRESTO
- CORONA
- JOHNSON'S
- ABC-DIN
- HITES
- ENTEL
- AFP PROVIDA
- SERVICIO DE IMPUESTOS INTERNOS
- BBVA
- TRICOT
- ISAPRE CRUZ BLANCA
- BCI

Cientes CEP

- MINISTERIO DE EDUCACIÓN
- MINISTERIO DE SALUD
- DIST. INDUSTRIAS NACIONALES S.A. (DIN S.A.)
- ISAPRE MASVIDA S.A.
- BATA CHILE S.A.
- ASOCIACIÓN CHILENA DE SEGURIDAD
- COMPUTACIÓN OLIDATA LIMITADA
- EMP.SERV.SANITARIOS DE LOS LAGOS S.A.
- INSTITUTO DE PREVISIÓN SOCIAL
- LABORATORIO PASTEUR S.A.
- DIRECTV CHILE TELEVISIÓN LIMITADA
- CASA DE ESTUDIOS PEDRO DE VALDIVIA
- UNIVERSIDAD DE CHILE
- AGUAS DEL VALLE S.A.
- XEROX DE CHILE S.A.
- COMTERRA S.A. (HAPPYLAND)

NOS MOVEMOS PARA CONECTARTE **SIEMPRE.**