

PLAN DE ACCIÓN
OBJETIVOS

Descripción del entorno operacional y situación actual:

El Correo Argentino es una empresa de capital estatal que cuenta con una dotación permanente de más de quince mil (15.000) empleados y la red comercial más extensa del país con tres mil trescientos (3.300) puntos de venta que repartidos en cerca de mil doscientas (1.200) localidades representa la mayor cadena de interconexión en el ámbito. En el contexto actual de modernización del Estado se hace absolutamente necesaria una importante y profunda transformación de la Empresa que permita detectar las bases para mejorar la competitividad, ofertar productos y servicios con mayor valor agregado y promover la realización de inversiones en nuevas tecnologías. La organización presenta un esquema de funcionamiento centrado en el negocio postal tradicional, situado en la etapa de declinación del ciclo de vida. Además la fuerte caída de inversiones de la última década trajo como consecuencia la obsolescencia de su infraestructura, tanto edilicia como informática. La Empresa ha llevado adelante la revisión y actualización de su plan Estratégico con el objetivo de convertir al Correo Argentino en un operador moderno, eficiente y sustentable, que compita en el mercado privado y que a su vez sea un instrumento de ejecución de políticas públicas en beneficio de la gente. El proceso de transformación requiere la realización de un plan integral de inversiones para adecuar la estructura actual de la Empresa. Dichas inversiones nos permitirán crecer en los servicios que hoy brinda la empresa y al mismo tiempo generar las condiciones para el desarrollo de nuevos negocios que nos permitan contrarrestar la caída del sector postal producto de las nuevas tecnologías y los cambios de comportamiento que se están generando en los consumidores. Es por ello que este Plan Estratégico tiene como objetivo ubicar a nuestra compañía en el camino de aquellas que afrontaron los nuevos desafíos del mercado, sin dejar atrás su historia y su razón de ser. El Presupuesto 2019 está elaborado siguiendo los rumbos y los lineamientos desarrollados en el plan estratégico aprobado por el Directorio del Correo Oficial e incluye la ejecución de inversiones previstas en el plan para el ejercicio 2019. En lo referente al Mercado en Argentina, nos encontramos que el nivel de facturación en el mercado postal, según cifras del ENACOM (Ente Nacional de Comunicaciones), ha crecido en el año 2017 respecto del año anterior. Sin embargo, a nivel volumen, se advierten valores decrecientes comparando el 2017 con el 2016.

Rentabilidad y resultados:

Acompañando la transformación mencionada, en el resultado del ejercicio 2019 se ve reflejada la incidencia de la ejecución del Plan Estratégico, donde se destaca el crecimiento de la participación en el Mercado de Logística y Paquetería, así como el desarrollo de nuevos servicios.

Se prevé en el 2019 un déficit de cuatrocientos diecisiete millones doscientos dieciséis mil doscientos sesenta y nueve pesos (\$ 417.216.269), estimando los ingresos en veinticinco mil seiscientos dieciocho millones cincuenta y siete mil cincuenta y tres pesos (\$ 25.618.057.053) y los gastos en veintiséis mil treinta y cinco millones doscientos setenta y tres mil trescientos veintidos pesos (\$ 26.035.273.322).

Producción:

Se ha proyectado recolectar, clasificar, transportar y distribuir trescientos veintiocho millones (328.000.000) de piezas postales generando un nivel de producción en ese servicio inferior respecto al alcanzado en el 2018. Sin embargo, estas cifras tienen dos (2) componentes: por un lado la inevitable caída de volumen del Mercado Postal tradicional y por otro, las acciones previstas en Paquetería y Logística, que generaran un incremento importante en estos productos. Se prevé asimismo que, a nivel unidades, los servicios telegráficos registren una caída del orden del diecinueve por ciento (19%) con relación a lo alcanzado para el 2018. Por el contrario, los giros prevén superar el volumen operado en 2018 en un doce por ciento (12%).

Estrategia comercial y posicionamiento en el mercado:

La estratégica planteada a cinco (5) años consiste en cambiar la composición de los ingresos del Correo, pasando del negocio postal (actualmente en decadencia) al negocio de la Logística y la Paquetería entre otros.

Los Objetivos comerciales y de posicionamiento en el mercado son:

Logística y Digitalización

Objetivos:

- Posicionar el producto y la marca en el mercado, incrementando la participación actual del Correo.
- Transformar a Correo Argentino en el proveedor logístico del estado.
- Aportar a la imagen institucional de Correo Argentino una impronta innovadora y moderna asociada a los servicios logísticos como contrapartida de los postales.

Acciones:

- Desarrollo de nuevas plantas logísticas y Centros de Digitalización.
- Incorporar tecnología: WMS, Hand Held.
- Integración de sistemas que permita interacción de los servicios logísticos de planta con los de distribución (Ejemplo: e-commerce).
- Estandarización del producto.
- Comunicación para conocimiento y posicionamiento en el mercado.
- Capacitación de la fuerza de venta para reconversión de recursos.

Paquetería

Objetivos:

- Posicionar el producto y la marca en un mercado en crecimiento.
- Aportar a la imagen institucional de Correo Argentino una impronta innovadora y moderna.
- Desarrollar servicios enfocados en las empresas pequeñas y medianas del mercado.
- Transformar a Correo Argentino en el operador preferencial en e-commerce.
- Captar volumen de paquetes de la competencia.
- Mejorar la calidad del servicio hacia el cliente de acuerdo a los estándares competitivos.
- Segmentar con mayor precisión y canalizar más eficientemente el esfuerzo de comunicación y venta, identificando y calificando prospectos y clientes potenciales.
- Estandarización de los distintos productos (Paq.ar, Paq.ar Pyme, Paquetería Comercial).
- Desarrollo de la Logística E-commerce (warehousing integrado al proceso de venta online, etcetera).
- Alianzas estratégicas para la apertura de nuevos puntos de admisión y entrega de paquetes.
- Realizar campañas de incentivo comercial para adquisición de nuevos clientes y desarrollo de los actuales.
- Desarrollar procesos operativos y administrativos simplificados (Aplicaciones para imposición y seguimiento de envíos, gestión de cuenta online, etcetera)
- Continuidad en el desarrollo de la red Mibox (Lockers inteligentes de Correo para entrega de paquetes).
- Comunicación para desarrollar posicionamiento competitivo

Inversiones:

La inversión real directa presupuestada alcanza los seiscientos veinte millones ochocientos cuarenta y seis mil doscientos treinta y tres pesos (\$ 620.846.233) ANEXO II Cuadro A.2. - Cuenta de Capital - aplicados básicamente al desarrollo del plan estratégico.

Para lograr la transformación del Correo, se han incluido fuertes inversiones en:

- Ampliación de nuestra capacidad como Operador Logístico con la incorporación de centros de distribución y procesamiento.
- Incorporación de tecnología para la clasificación de paquetes (Sorter).
- Actualización Tecnológica para el seguimiento y la administración de envíos.
- Renovación del parque tecnológico en sucursales.
- Adecuación edilicia de Sucursales para una mejor atención acorde a las nuevas necesidades.

PLAN DE ACCIÓN
OBJETIVOS

<p>Endeudamiento: No se prevé endeudamiento alguno.</p>
<p>Recursos Humanos: Se buscará capacitar al personal para el desarrollo de nuevas tareas tratando de mejorar significativamente su productividad. El presupuesto por Remuneraciones, Cargas Sociales y otros gastos en personal alcanza a catorce mil ochocientos sesenta y dos millones setecientos cincuenta y nueve mil seiscientos sesenta y cuatro pesos (\$ 14.862.759.664).</p>
<p>Otras consideraciones generales: El presupuesto considera Transferencias del Tesoro Nacional por quinientos nueve millones cuatrocientos veintidos mil ochocientos sesenta y un pesos (\$ 509.422.861) a fin de atender gastos de Capital. El presupuesto de Ventas: - El tarifario minorista considera incrementos escalonados del diez por ciento (10%) en enero y del seis por ciento (6%) en julio de 2019. El presupuesto de Gastos Operativos (no incluyendo costo en personal) prevé: - Incremento de costos asociados al aumento de la actividad, los ajustes tarifarios realizados para los distintos prestadores de servicios debido a las negociaciones que tuvieron lugar durante el año 2018 - Solo la incorporación de las pautas macroeconómicas obtenidas a través del Ministerio de Hacienda. La situación tributaria ha sido comunicada formalmente a la Administración Federal de Ingresos Públicos. No se ha previsto la distribución de dividendos.</p>

Forma: E.P.I.1



República Argentina - Poder Ejecutivo Nacional
2019 - Año de la Exportación

Hoja Adicional de Firmas
Anexo

Número:

Referencia: EX-2018-52882759- -APN-DGD#MHA- Anexo I - Plan de acción 2019- Correo Oficial de la República Argentina Sociedad Anónima.

El documento fue importado por el sistema GEDO con un total de 2 pagina/s.