

## **LA INGENUIDAD DE SERRANO, PRESIDENTE DE CORREOS. LA FÓRMULA DE LOS TRES SIGLOS LOS COMPETIDORES LLEVAN TIEMPO, NOSOTROS TRES SIGLOS.**

**Un grupo de profesionales de Correos han contestado lo que creen una propaganda interesada de Juan Manuel Serrano, el presidente de Correos**

Juan Manuel Serrano, presidente de Correos ha salido al paso de la lluvia de críticas con una auto entrevista en El País. Serrano se justifica con bastante ingenuidad.

Serrano dice que “sobre la **internacionalización**, que era relativamente sencillo establecer nuestra propia red de distribución de última milla en Portugal. Y eso hicimos en 2019. Después, para darle sentido a la operación península Ibérica, fuimos a China y establecimos un acuerdo con socios locales para tener una consolidadora [una planta de admisión y clasificación de paquetería] en el país donde más nivel de paquetería se produce a nivel mundial. Con esas dos herramientas, ahora introducimos una nueva que es la carga aérea para unir esos dos extremos.

**La realidad es que según los profesionales de Correos, puede que se esté perdiendo dinero**, "Correos Express Portugal está sobreviviendo gracias a la inyección de paquetería de K.Parcel. K. Parcel factura a Correos y Correos a CEX. ¿Cuánto está costando la factura de una empresa que en 2021 no tendrá más de 1 millón de beneficios? Lo que estamos convencidos es que la está pagando la matriz.

Respecto a la consolidadora en Hong Kong, a fecha de hoy no se han hecho públicas las aportaciones de K. Parcel a las cuentas de la compañía. Sí hay una realidad: el eje Asia Latinoamérica que era una de las piezas fundamentales de la estrategia en Asia, ha pasado a ser el sueño de una noche de verano, como lo será Correos Cargo".

Sobre cuándo iniciará el **servicio de carga aérea**, Serrano afirma que empezaremos a operar a lo largo del mes de marzo, como máximo en abril. Hay mercado y la oportunidad llega ahora para ser aprovechada. Es evidente que hay una demanda a nivel mundial creciente. El online se consolida a nivel global. Por lo tanto, teniendo en cuenta que además hay dificultades en el transporte marítimo, pues la carrera aérea se consolida como una alternativa. Aspiramos a competir con las grandes empresas que llevan muchos años en el sector, pero, bueno, nosotros llevamos tres siglos.

**La realidad:** "Ya en 2019 la operación del consolidador asiático (K. Parcel) preveía un flujo Asia-Latinoamérica para los mismos países previstos ahora con el cargo aéreo. La realidad es que, después del coste de la integración tecnológica, ni un solo envío, de los cientos de miles previstos, ha llegado a Latinoamérica: Han pasado tres años, una pandemia y una serie de cambios de la fiscalidad que han cambiado el escenario, sin que Serrano parezca haberse dado cuenta, La puesta de entrada a Europa está en Londres, Paris, Lieja, Frankfurt. Competir con esos Hubs es una fantasía."

**Serrano ha acometido juntar Correos Express y Correos el B2B y el B2C, y lo cree fácil**, "Nosotros estamos dispuestos a acoger [mercancías] en origen, y distribuirlas en la última milla para clientes de e-commerce. Pero eso no quita que la carga aérea es un negocio en sí mismo y, si tenemos que trabajar B2B para grandes empresas que están radicadas en España, lo haremos", afirma.

**La realidad:** "El negocio B2B requiere un alto grado de especialización y expertos que Correos no tiene. Lo que pretende hacer requiere un alto grado de integración tecnológica, algo que Correos no está en condiciones de acometer. Respecto al tema aduanero, ni el posible negocio está definido, ni existen competencias técnicas, ni medios tecnológicos por lo que se aventura un gran fiasco. Es cierto que la carga aérea es un negocio en sí mismo, para quienes saben gestionarlo. El Show Business es también negocio en el que no tenemos por qué entrar, entre otras cosas porque no sabemos".

**Serrano afirma que ya tiene un cliente para la carga aérea,** "hemos recibido aproximadamente unas 25 solicitudes de clientes diferentes y especialmente del sudeste asiático. La última que yo he recibido es una petición del Hong Kong Post". Desde dentro dicen que "Como siempre, Serrano pone el carro delante de los bueyes. No crea Correos cargo porque tenga asegurado un flujo para el corredor Asia-Europa Latinoamérica, que no lo tiene como ya se ha comentado anteriormente. Se crea y después a ver qué pasa con los clientes si se apuntan o no. Igual que Correos Market, igual que las naves logísticas, igual que Correos Frío. Se crean los negocios, se incurre en gastos, obviamente y luego a otra cosa. Lo de Hong Kong Post lo único que revela es la ignorancia olímpica del negocio internacional".

**La logística salvará al negocio cree Serrano, y también las oficinas,** "Las 2.400 oficinas, sin ser exactamente negocio logístico, tienen que dar también una línea de ingresos que viene a ser muy significativa. Prueba de ello es que el año pasado tuvimos 89 millones de visitas en ellas. Pero en el futuro, la logística será, quizás, el pilar central de la compañía, evidentemente. Podemos llegar al último rincón de España y lo tenemos que hacer por obligación. Lo seguiremos haciendo".

La cruda realidad es que "Habiendo crecido sobre el año 2020 en visitas atendidas (se han perdido 23 millones de visitas con respecto a 2019), el ingreso del 2021, año de la recuperación, ha sido prácticamente igual al de 2020, en el entorno de los 325 millones de euros, 556 menos que en el presupuesto anual y 5 menos que en 2019. Eso supone un tique medio inferior al de 2020. No parece que los nuevos negocios de las oficinas estén siendo muy productivos".

**Serrano justifica las desproporcionadas subidas de precios, en que suben los precios de los carburantes.** Al final, actuamos como el resto de los operadores. Tenemos una estructura de costes como cualquier empresa. No es una cuestión de subir precios. Es una cuestión de estar en el mercado y ser competitivos.

No se justifica, dicen sus profesionales porque "Con el sistema de contratación que tiene Correos, el carburante no puede ser un elemento a considerar, ya que los precios no pueden variar al alza, o a la baja, en función de la variación de costes de cualquier tipo. De hecho, en 2020, por ejemplo, el sector mantuvo invariables los precios, en tanto Correos los subió como media un 8% (el resultado es la bajada de paquetería). Así que no es cierto que Correos actúe como otros operadores, sino con un cortoplacismo basado en los tiempos políticos y no en la realidad del mercado. Lo que ha hecho Correos con la subida de precios es lo contrario de estar en el mercado y ser competitivos. La competitividad llega siempre de la mano de racionalizar los costes, o de aumentar el tráfico para una mayor saturación de la red, tanto de transporte como de centros y distribución. Nunca con subida de precios que acaban, como se ha visto, sacándote del mercado".

16 de febrero de 2022