

EL CORREO ITALIANO ES UNA OFICINA MULTIUSO

La empresa pública Gruppo Poste Italiane (Correos Italianos) diversificó su oferta de servicios para llegar al mercado mundial. La firma ofrece préstamo, tarjetas de crédito, banca...



Fotos: cortesía de Correos Italianos

A las 14 000 oficinas de la firma llega un promedio de 1 millón de personas al día y se movilizan 23 millones de objetos.

CARLA MALDONADO

Corresponsal en Milán / LÍDERES

redaccion@revistalideres.ec

Una compañía pública italiana está entre las más admiradas del mundo, según la revista estadounidense Fortune. Ha ganado premios internacionales por su innovación (Cisco 2007). Su estrategia, una mezcla de inversiones en tecnología, infraestructura y formación, servirá de modelo a otras 'primas' europeas (Banque Postale-Francia, Royal Mail-Inglaterra), nordafricanas y latinas.

Así reivindica la administración del Estado, que tiene tan mala fama y despierta tantos reparos en todos los sectores.

Correos italianos (Gruppo Poste italiane) ha demostrado ser más eficiente que las mejores firmas privadas: tiene un balance positivo, crecimiento constante y 229 millones de euros (USD 320 millones), como dividendos para sus socios públicos. Algo inusual, cuando se maneja un ejército de 150 000 empleados, 14 000 oficinas y 140 filiales, por ejemplo.

El cirujano que cambió su rostro se llama Massimo Sarmi, gerente general desde mayo del 2002. Con una experiencia a su espalda en la dirección de Telecom Italia, Tim y del grupo alemán de telecomunicaciones Siemens (Italia), Sarmi ha modernizado los correos italianos.

El Grupo tiene una excelente salud y lleva cinco años de balances positivos,

después de 50 años de saldos rojos.

Cerró el 2006 con una utilidad neta de 675 millones de euros (USD 945 millones). Sus cajas recibieron 17 100 millones de euros (USD 23 900 millones), gracias a que todos sus negocios van viento en popa. "El éxito se debe a la simplicidad y a la seguridad. Para el modelo de negocios es fundamental la estrategia de poner todas las áreas empresariales en sinergia, usar las 14 000 oficinas postales para ofrecer servicios financieros y últimamente de telefonía móvil", asegura a LÍDERES el gerente general, Massimo Sarmi.

Uno de los secretos ha sido diversificar las inversiones para crecer: servicios financieros, de seguros y servicios postales. En los financieros, por ejemplo, creó la cuenta Banco-posta, pólizas de seguros, la tarjeta prepagada Postepay, etc.

Justamente su producto estrella es Postepay: tiene 3,5 millones de clientes y acapara el 60% del mercado local. Es una tarjeta prepagada y recargable (como el celular) que permite comprar, pagar o retirar dinero en cualquier lugar del mundo.

El usuario no necesita cuenta corriente o de ahorros para usar este producto. Eso facilita las operaciones y hoy hay nueve millones de tarjetas, una cifra que le convierte en líder europeo de este sector.

Además, Correos tiene un papel de primer plano en el mundo de la inmigración. En sus 9 000 ventanillas, los extranjeros transfieren sus remesas a sus países de origen. El sistema postal también usa internet, teléfono, máquinas 'selfservice'...

La inversión aérea

La aerolínea Air Mistral se fundó a principios de los ochenta. Sus vuelos llevaban millones de cartas de un extremo al otro de Italia, pero también cruzaban los cielos europeos. Sus clientes principales son los 'courier' y operadores postales del Viejo Continente hasta que Correos italianos compró la mayoría de sus acciones en el 2002. Tres años más tarde, se convirtió en la única propietaria de Mistral Air. Esta firma factura 50 millones de euros al año (USD 70 millones).



Los servicios adicionales de la empresa permiten realizar 20 millones de transacciones financieras instantáneas.

Gli uffici multiuso di Poste Italiane

Il Gruppo Poste Italiane ha diversificato la sua offerta di servizi per raggiungere il mercato mondiale. La società offre prestiti, carte di credito, servizi bancari...

Poste Italiane, azienda a partecipazione pubblica, è considerata una delle società più apprezzate nel mondo secondo la rivista statunitense Fortune. Ha vinto premi internazionali per l'innovazione (Cisco 2007) e la sua strategia è una combinazione di investimenti in tecnologia, infrastrutture e informazione, al punto che la sua esperienza servirà da modello per altre "cugine" europee (Banque Postale in Francia, Royal Mail in Inghilterra), nordafricane e dell'America latina.

In questo modo Poste Italiane tiene alta la credibilità dell'amministrazione statale, che non sempre funziona alla perfezione e suscita perplessità in alcuni settori.

Il Gruppo Poste Italiane ha dimostrato di essere più efficiente delle migliori società private: ha un bilancio positivo, una crescita costante e 229 milioni di euro (320 milioni di dollari) di dividendi distribuiti ai suoi azionisti. Una cosa inusuale quando si ha a che fare con un esercito di 150 000 impiegati, 14 000 uffici e 140 filiali.

Il chirurgo che ha cambiato il volto delle Poste si chiama Massimo Sarmi, amministratore delegato dal maggio del 2002. Con un'esperienza alle spalle nella direzione di Telecom Italia, TIM e del gruppo tedesco di telecomunicazioni Siemens (Italia), Sarmi ha modernizzato le Poste Italiane.

Il Gruppo gode di eccellente salute e vanta cinque anni di bilanci positivi, dopo cinquant'anni di bilanci in rosso.

Ha chiuso il 2006 con un utile netto di 675 milioni di euro (945 milioni di dollari). Le sue casse hanno riscosso 17 100 milioni di euro (23 900 milioni di dollari), grazie ai quali ogni sua attività naviga con il vento in poppa. "Il successo si deve alla semplicità e alla sicurezza. Per il tipo di attività è fondamentale la strategia che mette le diverse aree in sinergia e che si basa sull'utilizzo dei 14 000 uffici postali per offrire servizi finanziari e ultimamente anche di telefonia mobile", afferma a LIDERES l'amministratore delegato Massimo Sarmi.

Per la crescita della società, uno dei segreti è stata la diversificazione degli investimenti: servizi finanziari, assicurativi e postali. Tra i servizi finanziari, per esempio, sono stati creati il conto Bancoposta, oltre alle polizze assicurative, alla carta prepagata Postepay, ecc.

Precisamente, il prodotto di punta è la Postepay: 3,5 milioni di clienti e il 60% del mercato locale. E' una carta prepagata e ricaricabile (come il cellulare) che permette di fare acquisti, di pagare o ritirare denaro in qualsiasi parte del mondo.

Per ottenere Postepay, il cliente non ha bisogno di aprire un conto corrente postale o un libretto di risparmio. Questo facilita le operazioni tanto che oggi ci sono in circolazione 9 milioni di carte, una cifra che fa di Poste Italiane il leader europeo del settore.

Inoltre l'Azienda occupa un ruolo di primo piano nel mondo dell'immigrazione. Tramite i suoi sportelli, gli stranieri trasferiscono le loro rimesse nei Paesi di origine. Il sistema postale sfrutta anche internet, il telefono, le macchine self-service...

Investimento nel settore aereo

La compagnia aerea Mistral Air è stata fondata all'inizio degli anni ottanta. I suoi voli trasportavano milioni di lettere da un estremo all'altro dell'Italia, attraversando anche i cieli europei. I suoi clienti principali erano gli operatori postali e i corrieri del Vecchio Continente fino a quando Poste Italiane non ha comprato la maggioranza delle sue azioni nel 2002. Tre anni più tardi, Poste Italiane è diventata l'unico proprietario di Mistral Air. Questa società fattura 50 milioni di euro all'anno (70 milioni di dollari.)