



"So, humanos, so", la campaña de Correos que invita a reflexionar sobre el uso responsable de los envíos urgentes este Black Friday

- La compañía logística lanza una nueva campaña en la que invita a la sociedad a reflexionar sobre el impacto de la paquetería urgente en el medioambiente, para promover un uso responsable de este servicio
- La campaña *"So, humanos, so"* incide en la necesidad de reducir el ritmo y no abusar de los envíos urgentes, especialmente en estas fechas, porque *"no todo es urgente, pero cuidar el planeta sí"*
- De los más de 100 millones de envíos que se estiman para el Black Friday y la campaña navideña, no todos son urgentes y por ello Correos ofrece la opción de *"Envíos Responsables"*

Madrid, 21 de noviembre de 2022.- Un año más Correos propone a la sociedad un **uso responsable de los envíos urgentes** para el **Black Friday** y la **campaña de Navidad**, periodo en el que el consumo se dispara y se **concentra la mayor cantidad de envíos** que se entregan en 24 horas o menos. Ante ello, la compañía invita de nuevo a reflexionar sobre **el uso excesivo de este tipo de envíos** a través de una campaña de concienciación en la que vuelve a poner sobre la mesa la importancia de apostar por una logística más sostenible.

Bajo el título *"So, humanos, so"* esta nueva campaña digital pone el foco en la necesidad de reducir el ritmo en nuestras vidas, en que es bueno pararse y tomarse las cosas con calma, puesto que muchas veces tomamos decisiones sin haber reflexionado lo suficiente. Y la decisión de elegir la opción de envío urgente al realizar una compra online es una de ellas, a pesar de que la mayor parte de las veces esa urgencia no es necesaria y existen otras formas más sostenibles para recibir un paquete.

La pieza audiovisual muestra, en un estético blanco y negro, una serie de personas viviendo situaciones cotidianas estresantes y un caballo que invita a los humanos, con un tono y cadencia mántrica, a reflexionar sobre el ritmo frenético en el que estamos inmersos y que nos lleva a querer todo para ya, sin pensar en las consecuencias que eso pueda tener. La campaña ha sido desarrollada por la agencia creativa Mono y la productora Lee Films.

Según las estimaciones del sector para este año, durante los escasos dos meses de campaña, se realizarán **más de 100 millones de envíos**, de los cuales





no todos son urgentes. Además, según el informe “La sostenibilidad en el e-commerce actual. El impacto de nuestra decisión de compra”, elaborado para el EAE Business School, el **50% de los artículos que se compran en el Black Friday se devuelven**. Por ello, la compañía logística ofrece a sus clientes el servicio de **Envíos Responsables**, con el que la entrega se realiza en un plazo máximo de 72 horas desde que se hace el pedido, pero que permite **optimizar las rutas, aprovechar al máximo el espacio en los vehículos y ahorrar combustible**, reduciendo de esta forma las emisiones contaminantes. Porque **“no todo es urgente, pero cuidar el planeta sí”**.

Correos promueve así un **uso responsable del servicio de paquetería**, especialmente en los medios de transportes de la **última milla**, donde la compañía apuesta por la **movilidad sostenible e inteligente con una de las mayores flotas eléctricas y de cero emisiones del sector de la distribución en España**. Antes de que finalice este año, Correos contará con un total de **2.600 vehículos ecológicos**, entre ellos **cerca de 2.300 vehículos eléctricos y más de 300 híbridos** y para **2030** el objetivo es contar con un **50% de flota sostenible** basada en **tecnologías alternativas** para minimizar el impacto en el entorno.

A esto hay que añadir la **utilización de algoritmos** para la **planificación y optimización de rutas** que permite una mayor eficiencia, consolidación de cargas, ahorros de tiempo y de costes (combustible/energía), mejoras en la gestión del tráfico urbano para evitar retrasos innecesarios y reducción de los kilómetros recorridos.

La lucha contra el cambio climático es uno de los compromisos más destacados de **Correos**, que tiene entre sus objetivos principales de cara a 2030 la desvinculación del incremento de emisiones, la neutralidad en carbono y la “circularidad”. La compañía sigue avanzando hacia un **modelo de negocio sostenible** basado en la reducción al máximo de los residuos, la reutilización y el reciclaje, que permita ser “Residuo Cero” y el uso de energías más limpias. Actualmente **toda la electricidad que consume la compañía es de origen renovable**.

En definitiva, Correos sigue trabajando para minimizar el impacto medioambiental de su actividad, alineada con las **políticas medioambientales europeas**, y promoviendo la reflexión y la concienciación de sus clientes.

Acerca de Correos:

Correos nace hace más de 300 años y, tras una continua adaptación al mercado, hoy es el operador líder del sector en España. Actualmente, la estrategia de la compañía está centrada en la internacionalización, la sostenibilidad y la transformación digital. Con más de 48.000 profesionales, la empresa presta servicio a la ciudadanía a través de su red de 2.389 oficinas, distribuyendo cerca de 6,6 millones de envíos diarios. El Grupo Correos cuenta con 3 filiales: Correos Express dedicada a la paquetería urgente, Nexea especializada en soluciones multicanal para las comunicaciones masivas de las empresas y Correos Telecom encargada de la gestión y comercialización de infraestructuras de telecomunicación. Perteneciente al Grupo SEPI, forma parte de un holding empresarial que abarca un total de 15 empresas públicas.

Síguenos en:

