

UNION POSTALE

junio 2008

La actualidad que hace moverse
al sector postal



UPU, organismo especializado
de las Naciones Unidas

2

Estrategia postal mundial
Uno para todos,
todos para uno



IPS

International Postal System

Sistema completo para la gestión del correo internacional

Estos doce últimos años, el Centro de Tecnología Postal (CTP) de la UPU ha colaborado con varias agencias postales del mundo entero, a fin de poner a punto International Postal System (IPS).

IPS es un sistema completo para la **gestión del correo internacional**, combinando el procesamiento del correo, el seguimiento operativo y los intercambios de mensajes EDI.

IPS ofrece a las agencias postales la posibilidad de tener una **visión precisa y completa de todas las etapas del encaminamiento de su correo** entre los puntos de origen y de destino, incluyendo las oficinas de cambio de tránsito, los transportistas internacionales y las operaciones de procesamiento aduanero.

La aplicación **IPS ayuda a los correos a gestionar y mejorar la calidad de su servicio de correo internacional**, gracias a una evaluación completa del ciclo de distribución del correo y al control de extremo a extremo del encaminamiento de los envíos, de los recipientes y de los despachos.

Los servicios postales internacionales, tales como IPS, IPS Light et PSSG, son actualmente explotados por más de ciento veinte organizaciones postales. Fueron creados gracias a la cooperación y al intercambio de conocimientos entre las administraciones postales bajo la égida de la Cooperativa Telemática. Concebido por el CTP, IPS constituye un instrumento completo que permite gestionar el conjunto de los procesos de transmisión del correo. El sistema puede ser adaptado a las necesidades de otras organizaciones y fácilmente adaptado a otras aplicaciones.

Contacto

- Dirección: Centro de Tecnologías Postales – Oficina Internacional – Unión Postal Universal – Casilla postal 13 – 3000 BERNA 15 – SUIZA
- Teléfono: +41 31 350 31 11 / Telecopia: +41 31 352 43 23
- Correo electrónico: info.ptc@upu.int



Indice



El ilustrador Ray Hegelbach muestra empleados postales mientras procesan correo, en cintas transportadoras cuya forma recuerda la estructura ADN del ser humano, para evocar las acciones coordinadas que los países miembros de la UPU deberán llevar a cabo para alcanzar los objetivos de la próxima estrategia postal mundial.

134° año
Junio
2008

Apuntes	
Ojeada a las actividades de la UPU	4
Prólogo	
Un fuerte sentido de la comunidad	5
Cubierta	
Estrategia postal mundial – Uno para todos, todos para uno	
Un enfoque regional caracteriza la puesta en práctica de la próxima estrategia postal mundial	8
Calidad de la red – La buena dirección	
Un direccionamiento confiable y eficaz es esencial para una calidad de servicio superior	12
Servicio postal universal – El derecho a la comunicación	
Siria refuerza el servicio postal universal mostrándose más estratégica a nivel comercial	14
Desarrollo sostenible del sector – La reforma postal en el punto de mira	
Para asegurar el desarrollo sostenible del sector, cada vez más países sientan las bases de un marco reglamentario y jurídico con la ayuda de la UPU	16
Favorecer el crecimiento de los mercados – El correo ecológico	
El correo híbrido es el ejemplo perfecto de servicio innovador que desarrollan los operadores postales gracias a las nuevas tecnologías	18
UPU-ONU: sesenta años de cooperación	
La UPU forma parte de la familia onusiana desde hace sesenta años.	
Ojeada a lo que aporta a las grandes misiones de las Naciones Unidas	20
La entrevista	
Una red postal omnipresente	
Korea Post apuesta fuerte por las nuevas tecnologías para asegurar su futuro, explica su presidente, Kyung-won Jung	24
Asia de nuevo azotada	
El seísmo catastrófico que sacudió la provincia de Sichuan también ha afectado al correo chino y a sus empleados	30
Panorama	
Ojeada a las actualidades postales en el mundo entero	33

Union Postale
Bureau international
Union postale universelle
Case postale
3000 BERNE 15, SUIZA
Teléfono: +41 31 350 33 10
Telefax: +41 31 350 31 77
E-mail: rheal.leblanc@upu.int

Directora, Despacho y Comunicación: Juliana Nel
Redactor jefe: Rhéal LeBlanc
Redactor adjunto: Jérôme Deutschmann
Secretaria de redacción: Deborah Langenegger
Colaboradores: Graeme Lea, Dora Precup, Laurent Widmer
Grafismo: Die Gestalter, Saint-Gall (Suisse)
Impresión: Benteli Hallwag AG, Berne (Suisse)
Suscripción: publications@upu.int

www.upu.int
Union Postale se publica desde 1875

Las opiniones expresadas en los artículos no son necesariamente las de la UPU. La reproducción de extractos de la publicación está autorizada siempre que vaya acompañada de la mención © Union Postale (UPU)

apuntes

El trabajo decente hará correr tinta

La UPU acaba de lanzar el 38º concurso internacional de composiciones epistolares e invita a los jóvenes hasta de 15 años de edad a escribir una carta para explicar cómo condiciones de trabajo decentes pueden conducir a una vida mejor.

El tema, elegido en colaboración con la Organización Internacional del Trabajo (OIT), que se asocia al concurso por primera vez en su historia, pone de relieve una vasta campaña mundial lanzada por la OIT sobre el trabajo decente. La UPU participa en ello como organización piloto de las Naciones Unidas.

En un mundo mejor, insiste la OIT, el trabajo decente conduce a la eliminación del trabajo de los niños y del trabajo forzado, derriba las

barreras levantadas por la desigualdad de los sexos y contribuye a la prevención de los accidentes de trabajo. El trabajo decente es también favorecer un ambiente que permita a las personas trabajar con dignidad y ganar suficientemente para alimentar a su familia, educar a sus hijos y asegurarse una jubilación.

Los países miembros de la UPU son invitados a participar en la edición 2009 del concurso internacional de composiciones epistolares en el que participan anualmente más de seis millones de jóvenes escribiendo cartas con la esperanza de adjudicarse el título de mejor epistológrafo a nivel internacional, a raíz de una selección por un jurado de la UNESCO.

DECENT WORK

A better world starts here.



www.ilo.org/decentwork

Para que se sepa más acerca del trabajo decente, la OIT difunde una breve presentación visual (en 25 lenguas) en su sitio Web (www.ilo.org/public/english/dw/index.html). Para obtener informaciones sobre el 38º concurso internacional de composiciones epistolares de la UPU, consúltese el sitio www.upu.int. RL

Para los entusiastas del fútbol



La UPU se ha puesto a tono con Euro 2008, campeonatos europeos de fútbol acogidos por Suiza y Austria del 7 al 29 de junio. La exposición filatélica «redondo como un sello», presentada por la UPU en el centro de la ciudad de Berna, en la misma sala del restaurante Zum Äusseren Stand (antigua Dieta suiza) donde fue creada la organización en 1874, proponía 2.000 sellos sobre el fútbol del mundo entero. (Unos 7.000 sellos han sido consagrados a este juego desde los comienzos de la filatelia.) La exposición abarcaba varias

colecciones temáticas y raras y presentaba los sellos consagrados a Euro 2008. Una presentación sobre los sellos redondos proponía un florilegio de viñetas con formas redondas emitidas además por los países miembros de la UPU. Por último, una colección sobre las Copas del mundo completaba esta exposición. Berna, donde la UPU tiene su sede, acogió tres encuentros eliminatorios de Euro 2008. LW

La cifra

150 000 000

Prólogo

Un fuerte sentido de la comunidad

Los países miembros de la UPU adoptarán una nueva estrategia postal mundial con ocasión del XXIV Congreso Postal Universal, del 23 de julio al 12 de agosto próximos en Ginebra. ¿Conseguirá este nuevo plan estratégico cuatrienal infundir el dinamismo necesario para que el sector postal del futuro progrese rápidamente, conserve toda su razón de ser y siga asumiendo plenamente su función de motor de la economía?

He aquí toda una apuesta. Para responder, por la vía postal, a las necesidades de distribución de los particulares y empresas que se dedican cada vez más al comercio electrónico, a la demanda de los traba-

jadores emigrantes de servicios de transferencia de dinero más asequibles, confiables y seguros, a las exigencias de una clientela en lo tocante a una calidad de servicio ejemplar, y muchas más exigencias, los gobiernos deberán hacer suya esta estrategia, a fin de que, globalmente, ningún eslabón de la red postal mundial desfallezca y debilite a los demás. Algunos países deberán lanzar una reforma del sector postal, otros desarrollar mayores esfuerzos para mejorar su calidad de servicio, otros, invertir en las nuevas tecnologías para permanecer a la altura de las exigencias y atender mejor las necesidades de eficiencia.

Como dice el presidente del correo surcoreano en la entrevista de este número, el mejoramiento de los servicios postales mundiales exige un fuerte sentido de la comunidad, sabiendo que los mejoramientos introducidos a nivel nacional repercuten también a nivel internacional. Entre 2009 y 2012, la puesta en práctica de los cuatro objetivos fijados por la estrategia permitirá a los servicios postales reforzar su posición como infraestructura con vocación social y económica nada despreciable.

¿Acaso esta apuesta no es digna de esfuerzo?

Rhéal LeBlanc, redactor jefe

Modernización y reforma en punto de mira

En una declaración común firmada el 23 de mayo de 2008 en Santo Domingo (Rep. Dominicana), 22 países y territorios así como la UPU y la Unión Postal de las Américas, España y Portugal (UPAEP) se comprometen a proseguir la modernización y la reforma del sector postal, especialmente en la región de América Latina. Los signatarios asistían a una conferencia regional de las autoridades gubernamentales de tutela del sector postal.

En América Latina, el sector postal está marcadamente fragmen-

tado entre operadores públicos y numerosas empresas privadas. Con la ayuda de la UPU, una reforma postal ha sido ya iniciada en una decena de países, pero otros deben seguir la misma vía mediante un plan integral de reforma y de desarrollo postal (PIDEP) elaborado por la UPU (véase artículo en la página 16).

La declaración de Santo Domingo quiere sensibilizar más a los gobiernos sobre la importancia de modernizar los operadores designados y suministrar los medios apropiados para su desarrollo, y

recordar la importancia de mejorar continuamente la calidad de servicio, así como el papel del sector postal en el desarrollo del comercio internacional.

La UPU y la UPAEP seguirán por otra parte apoyando a los países en la búsqueda de financiación y exhortarán a sus miembros a desbloquear los fondos necesarios para realizar sus propias estrategias. LW

Esta es la suma, en euros, gastada en el 2007 por la Poste francesa para comprar carburante y queroseno. Con una flota de 60.000 vehículos, 30.000 bicicletas y tres TGV, los carteros del hexágono recorren diariamente 50 veces la vuelta de la tierra, según estimaciones. Con

objeto de reducir el total de esta factura, pero también para actuar más ecológicamente, la Poste va a adquirir nuevos vehículos más limpios y a formar a sus 60.000 carteros en la ecoconducción, una conducción fluida y a velocidad constante. La Poste apuesta así por

una reducción de su consumo de carburante de un 8% al año, sólo cambiando las costumbres de los conductores. Es una manera de hacer frente a la subida del precio del petróleo y de comprometerse a favor de un sector postal más limpio. LW

Un debate general de subidos colores

Decididores de nivel internacional participarán en un gran debate general, el 25 de julio de 2008, centrado en el tema «El sector postal, componente esencial de la economía mundial».

Tres mesas redondas que versarán sobre el funcionamiento eficaz de los servicios postales en la era de la mundialización, los desafíos y las nuevas fronteras del sector postal en un mundo en constante evolución y la creación de coparticipaciones eficaces para asegurar una logística integrada serán organizadas durante dicho día. Además de dirigentes de correos provenientes de los países industrializados y en desarrollo, confirmaron su participación varios

intervinientes entre los que cabe señalar Pascal Lamy, Director General de la Organización Mundial del Comercio, Achim Steiner, Director Ejecutivo del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente, Giovanni Bisignani, Director General y PDG de la Asociación Internacional del Transporte Aéreo, Lenin Moreno, Vicepresidente de la República de Ecuador, Hiroya Masuda, Ministro japonés de Asuntos Interiores y de la Comunicación, Jean Ping, Presidente de la Comisión de la Unión Africana, o también Nick Staheyeff, PDG de eBay International.

«El debate general constituirá uno de los tiempos fuertes del Congreso pues reviste una importancia

estratégica para el conjunto de la comunidad postal. En efecto, será la ocasión para los miembros de la UPU así como para los copartícipes del sector postal de intercambiar opiniones sobre el posicionamiento futuro del sector. El debate constituye la ocasión de confirmar la adecuación para el sector entre la realidad económica, las nuevas problemáticas sectoriales y la estrategia de la UPU para los cuatro próximos años», declaró Edouard Dayan, Director General de la UPU. ■

Kenia presidirá el Congreso Postal Universal



Kenia ha designado al Sr. Bishar A. Hussein para ejercer la presidencia del Congreso.

Kenia presidirá el XXIV Congreso Postal Universal, así como el Consejo de Administración (CA) de la UPU durante el período de 2009–2012.

El Sr. Bishar A. Hussein, antiguo Postmaster General del correo de Kenia y actualmente embajador del país en los Emiratos Arabes Unidos, ejercerá la presidencia del Congreso.

Cuando el Consejo de Administración de la UPU decidió, en febrero, celebrar el XXIV Congreso en Ginebra en lugar de Nairobi, adoptó también una resolución por la que se invitaba a Kenia a presidir dicho Congreso, así como el próximo CA. Kenia aceptó formalmente estas ofertas.

«El Congreso constituye una oportunidad única para que decididores, estrategias, reguladores, operadores y otros copartícipes del sector postal, como las organizaciones que representan a los consumidores, vuelvan a posicionar el correo e incrementen su competitividad en un entorno que evoluciona rápidamente», declaró el Sr. Hussein, quien

también manifestó su satisfacción por volver a integrarse en la familia postal internacional.

Kenia presidirá también el CA 2009–2012, que decide acerca del presupuesto de la Unión y adopta los reglamentos postales internacionales, así como la orientación estratégica de la organización entre cada dos Congresos.

Samuel Poghiso, ministro de la información y de la comunicación de Kenia, agradeció a la UPU el hecho de ofrecer a su país la posibilidad de presidir el Congreso y el futuro CA. Destacó que el continente africano en su totalidad se siente honrado. «Kenia colocará las tecnologías de la información y de la comunicación en el centro del desarrollo de la red postal mundial. Este será un elemento clave cuando la UPU y sus copartícipes pongan en práctica la próxima estrategia postal mundial.» ■

Nuevo libro sobre la economía postal

¿Constituirá el sector postal la infraestructura del siglo XXI? Esta es la cuestión que se plantea un libro inédito publicado por la UPU exactamente a tiempo para el XXIV Congreso, sobre la economía postal y el desarrollo.

Editado por los economistas Joëlle Toledano, presidenta del grupo «economía postal» de la UPU y miembro de la Autoridad de regulación de las comunicaciones electrónicas y de los correos en Francia, y José Anson, jefe economista en la Oficina Internacional, este libro tiende a completar la reflexión económica sobre los temas postales ubicados hasta el presente esencialmente en los países industrializados. Propone cinco capítulos que esbozan un cuadro global de las dinámicas de desarrollo de los mercados postales y de las evoluciones deseables y posibles.

La obra, que culmina cuatro años de trabajo, parte de la constatación según la cual no existía ningún análisis riguroso sobre el funcionamiento de los sistemas postales en los países en desarrollo. Los editores han realizado pues investigaciones en el África Subsahariana, en América Latina y en Asia.

«No hay ninguna solución única para el desarrollo postal, explica Joëlle Toledano. El hecho de que ningún correo funcione con éxito según un

determinado modelo económico en un país industrializado no significa que debería actuar de manera similar en un país en desarrollo. Esto es cierto tanto en lo tocante a las condiciones de competencia como en lo que se refiere a la organización de la distribución o institucional.»

El libro pone también de relieve algunas oportunidades que pueden no sólo apoyar un desarrollo económico viable del sector, sino también responder a las necesidades de integración de los agentes económicos desprovistos de acceso a servicios básicos tales como los servicios financieros para los ciudadanos excluidos por el sistema bancario comercial o de los servicios de exportación para las microempresas, así como para las pequeñas y medianas empresas. A este respecto, Brasil ha constituido un laboratorio particularmente rico.

En conclusión, el libro examina el tríptico institucional «liberalización, privatización, regulación» en base a las experiencias recogidas en las demás industrias de red en los países en desarrollo.

El libro está en venta en la Oficina Internacional (35 CHF para países miembros; 50 CHF para los otros). Escribir a publications@upu.int para pedirlo o llenar la fórmula en línea bajo la rúbrica PUBLICATIONS del sitio www.upu.int. **RU**

Listos para el Congreso

En el momento de imprimir, se habían inscrito ya casi 1800 participantes para el XXIV Congreso Postal Universal y 161 países miembros estaban enviando representantes. Estas cifras deberían aumentar antes del 23 de julio, día de la inauguración del Congreso en Ginebra. Además, la Oficina Internacional ha recibido 560 proposiciones de los países miembros. El Congreso estudiará 330 proposiciones de orden general o proposiciones tendentes a modificar las Actas de la UPU. El próximo Consejo de Explotación Postal se ocupará de las demás en su primera reunión después del Congreso, en el mes de octubre, en la sede de la UPU en Berna. Estas proposiciones modificarán normas internacionales relativas a envíos de correspondencia, a las encomiendas postales y a los servicios de pagos por correo.



Uno para todos, todos para uno

Una visión, una misión, cuatro objetivos entroncados en tres ejes de desarrollo tendentes a reforzar las dimensiones física, financiera y electrónica de la red postal mundial: tales son los ingredientes de la nueva estrategia postal mundial que será presentada en el Congreso Postal Universal.

.....
Por
Rhéal LeBlanc

.....
Illustration:
Ray Hegelbach

Al cabo de cuatro años en el transcurso de los cuales reuniones, conferencias y mesas redondas regionales han permitido a todas las partes interesadas del sector postal mundial perfeccionar su próxima hoja de ruta cuadrienal, las bases están echadas para modernizar y estimular los servicios postales en el mundo entero. Y hacer frente a los numerosos desafíos planteados al sector postal mecido por la mundialización, la liberalización de los mercados, una reñida competencia, la aparición de nuevas tecnologías, recursos divergentes y desigualdades regionales y nacionales.

Si bien la Estrategia de Bucarest 2004 tenía cinco objetivos, la Estrategia postal de Nairobi (se ha conservado el nombre a pesar de la decisión de celebrar el Congreso de 2008 en Ginebra en lugar de en Nairobi) tiene cuatro. ¿Acaso son menos ambiciosos? Al contrario, los nuevos objetivos retoman globalmente los de Bucarest pero más consistentes y más focalizados en 18 programas, y se articulan alrededor de tres grandes ejes – la interoperabilidad de las redes postales, el desarrollo y la gobernanza - ya claramente identificados con ocasión de una conferencia estratégica en 2006 en Dubai. Además, la



puesta en práctica se hará según un enfoque regional e incluirá indicadores de eficacia claramente definidos, a fin de seguir las realizaciones o los fallos.

Según Jean-Luc Dutordoit, presidente del equipo «Estrategia de Nairobi» bajo la égida del grupo «Planificación Estratégica», la estrategia permite a cada región del mundo aplicarla en función de su configuración geográfica, económica y social. «El objetivo final es el mismo para todos, pero la aplicación de la estrategia puede diferir según la situación. Por ejemplo, el servicio universal en Bélgica, en Rusia o en Mali no es completamente lo mismo.»

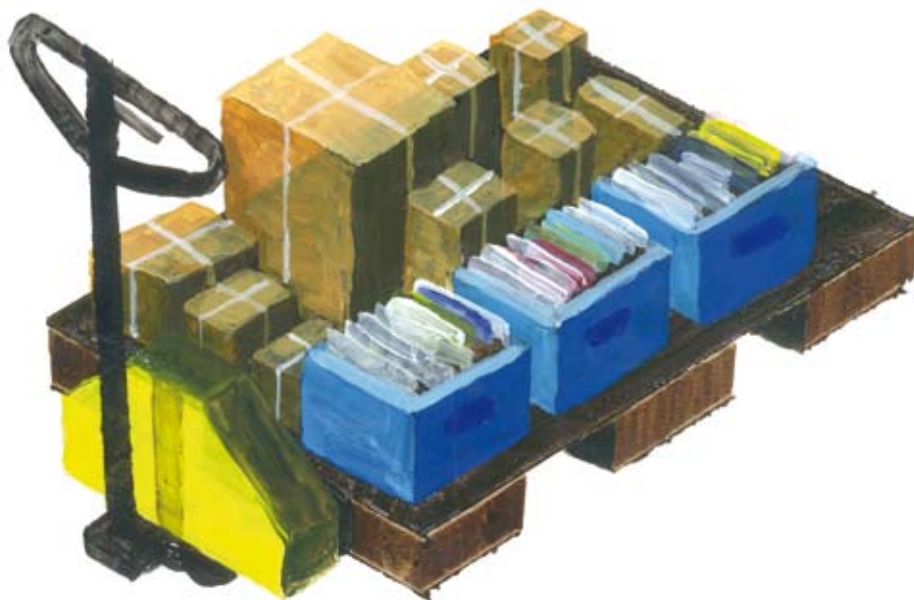
¿Está la estrategia demasiado detallada? ¿O no suficientemente? «Unos dirán que sí, otros que no. Las opciones adoptadas permiten todas las aperturas. Estamos ante un enfoque de éxito. Nada sirve salir de un proceso donde algunos tienen la impresión de haber perdido. El verdadero objetivo consiste en estimular a todos para caminar en el buen sentido con los límites de unos y de otros sin atropellar ni sancionar», explica el Sr. Dutordoit.

Además de mejorar la interoperabilidad, la calidad y la eficiencia de la red postal mundial, estimular un servicio postal universal adaptado al entorno social, económico y tecnológico, promover el desarrollo sostenible del sector postal y de su economía y favorecer el crecimiento de los mercados y servicios postales, el objetivo último de la estrategia es claro: hacer que se reconozca el sector postal como componente esencial de la economía mundial.

«Hay que concienciar a los decididores acerca del carácter esencial del correo, destaca Pascal Clivaz, director de finanzas y de la planificación estratégica en la Oficina Internacional. Llega un momento, en la fase económica de un país, en el que el correo es importante para la comunicación, pero también para el transporte de las personas, las transferencias de dinero y muchos otros servicios. Constituye un componente de cohesión social si se piensa en servicios tales como la entrega de las jubilaciones en las zonas rurales. En definitiva, si se cierra el correo un día se paraliza la vida de muchas personas y de muchas empresas.» Por lo demás, este tema estará en el centro del debate general que, el 25 del próximo mes de julio dará el tono al Congreso Postal Universal.

Enfoque regional

Consultadas especialmente para elaborar la estrategia actual, las 17 uniones restringidas de la UPU por doquier en el mundo serán llamadas a desempeñar un papel clave en su puesta en práctica, siguiendo el enfoque regional preconizado por la UPU desde 2005 para reforzar la red postal mundial. Este enfoque ha dado ya sus frutos: unos sesenta proyectos de reforma postal han sido puestos en marcha (véase el artículo en la página 16), más de 130 países miembros que participan en el control continuo de la calidad de servicio, y un desdoblamiento, en el lapso de unos pocos años, del número de países que se han conectado con la red electrónica de pagos postales. Además, en cada una de las mesas redondas regionales celebradas en 2007 para permitir a todos los actores del sector postal mundial reaccionar ante el esbozo de la estrategia, el enfoque regional ha sido destacado como un factor clave de éxito. Las



regiones deben poder decidir acerca de sus prioridades, contribuyendo al mismo tiempo a la realización de la estrategia mundial. Si bien algunas regiones colocan la calidad de servicio en el primer lugar, otras hacen de la reforma postal o del desarrollo de servicios postales sus caballos de batalla.

Romper con el crecimiento nominal cero

Falta hablar de la financiación. Como lo ha hecho saber repetidas veces el Director General Edouard Dayan, el principio de crecimiento nominal cero, que obliga a la organización a actuar con el mismo presupuesto del año 1997, constituye un obstáculo para la UPU. Los desafíos son grandes y los proyectos ambiciosos; los recursos necesarios para llevar a buen fin la estrategia deben ser revisados.

Con ocasión de la mesa redonda celebrada en Martinica, en el pasado mes de setiembre, Trinidad y Tobago y Barbados expusieron preocupaciones en lo tocante al crecimiento nominal cero, y lo mismo cabe decir de Francia. Lo que al principio era algo así como una fuerza «positiva» (la capacidad de funcionar sin aumentar sus recursos financieros) debilita actualmente a la organización,

según algunos. Se presentarán proposiciones en el Congreso, a fin de cambiar la situación, permitiendo así a los países miembros contribuir más al presupuesto de la Unión si lo desean sin que ello tenga incidencia alguna en las contribuciones de los demás miembros. Se pondrá también que la UPU disponga de mayor flexibilidad para financiar proyectos con el sector privado, pero siempre procurando conservar la neutralidad de la organización.

La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, otra institución especializada de las Naciones Unidas, ha visto recientemente retirar el principio de crecimiento nominal cero que se le venía aplicando desde hacía años. La UPU es pues la última organización onusiana a la que se aplica este tope. Esto dejaría entrever una posible solución también para la UPU, estima su Director General. Pero esto sólo lo decidirá el Congreso Postal Universal, por la voluntad de los países miembros.

Objetivo 1º – Mejorar la interoperabilidad, la calidad y la eficiencia de la red postal tridimensional, a fin de atender mejor las necesidades del mercado y de los clientes

La buena dirección

La calidad de servicio es la piedra angular de la interconexión entre redes. El direccionamiento exacto de los envíos demuestra el alcance de este objetivo.

.....
Por
**Jérôme
Deutschmann**

En Manila, capital de Filipinas, de 12 millones de habitantes, 1.042 carteros distribuyen el correo y uno de ellos se desmarca, Floro Camote. Su talento consiste en facilitar su reparto para que el correo llegue rápidamente a su destinatario. Su método consiste en atribuir nombres a las calles y números a las casas del barrio de las latas al que atiende. La situación no es ideal, pero, a su manera, instaura un sistema de direccionamiento y mejora la calidad de su trabajo.

Si bien los códigos postales de cuatro cifras existen en Filipinas desde hace más de veinte años, su gestión difiere de una ciudad a otra. Philippine Postal Corporation debería, de aquí a 2010, identificar nuevas zonas de distribución, atribuirles códigos postales adecuados a las nuevas realidades geográficas del país y conforme a las normas de la UPU.

Según los datos de la UPU, unos sesenta países en el mundo están desprovistos de códigos postales y más de un centenar no disponen de política de direccionamiento. Esta calidad, sin la cual la interconexión entre redes no puede funcionar, constituye actualmente una de las principales palancas de desarrollo del sector postal.

Confiabilidad

¿Cómo mejorar la calidad de servicio? La respuesta formulada con mayor frecuencia, tanto por los operadores como por los clientes es la siguiente: la confiabilidad del direccionamiento. Un buen direccionamiento consiste,

por ejemplo, en redactar la dirección lo más exactamente posible y según el marco normativo de la UPU.

Los envíos mal dirigidos generan, en efecto, un coste considerable. Resulta de un estudio reciente del Servicio Postal de Estados Unidos (USPS) que 1.600 millones de envíos son devueltos al expedidor, 2.000 millones son reencaminados y 6.000 millones rechazados, es decir casi 8.000 millones de envíos no llegan hasta su destinatario. USPS gasta cada año 1.800 millones de dólares en el procesamiento suplementario del correo mal dirigido.

¿Cómo recuperar la confianza de los grandes expedidores que son las empresas de publicidad directa, de los servicios públicos que recurren a las mensajerías por expreso y de los clientes que se dirigen a los operadores privados? La UPU recomienda a los reguladores y a los operadores que sensibilicen a los gobiernos sobre la necesidad de un direccionamiento eficaz para reforzar su economía. A este respecto, el Comité Consultivo, con la cooperación de otros copartícipes de la UPU proyecta en 2009 un foro mundial sobre el direccionamiento, anuncia Joe Lubenow, especialista de direccionamiento y miembro de PostCom. «Todos los actores del sector deben ser conscientes de los impactos económicos de un buen direccionamiento.»

Normalizar el direccionamiento

Actualmente, los grandes expedidores de correo no disponen de medios confiables a escala mundial para recoger datos sobre el fracaso de la distribución de sus envíos publicitarios. La devolución de informaciones, cuando existe, es con frecuencia larga. Merry Law, editora de Guide to Worldwide Postal-Code and Address Formats en WorldVu, destaca que «para algunos países el expedidor recupera sus envíos con un motivo de no entrega, mientras que otros operadores le facturan la no distribución. No existe norma alguna en esta materia, cada país tiene su propia manera de proceder. Suministrar a los

especialistas de la publicidad directa una compilación de las especificidades de direccionamiento por países en su guía es una contribución a los esfuerzos de la UPU para normalizar esta materia».

La UPU aspira, efectivamente, a convertirse en la referencia en materia de direccionamiento. Para alcanzar este objetivo, es necesario promover el direccionamiento como factor clave de crecimiento de las economías de los países, especialmente los menos adelantados. Para ello, su unidad «direccionamiento» aconseja a los operadores, analiza sus necesidades y estimula a los gobiernos a hacer del direccionamiento un proyecto de acondicionamiento del territorio. En resumen, tiende a demostrarles que partes enteras de la economía dependen de la calidad de la dirección.

La instauración del direccionamiento en los Emiratos Arabes Unidos es el ejemplo de concertación acertada entre los diferentes actores económicos de un país que podría servir de ejemplo. Cuatro copartícipes – el gobierno, las municipalidades, empresas privadas y el correo de los Emiratos – se han puesto de acuerdo sobre una división del territorio, planes de identificación de las zonas, un sistema nacional de códigos postales, un método de denominación de las calles, de numeración de las viviendas, todo ello con objeto de conseguir la distribución del correo a domicilio y conquistar nuevas partes de mercado.

Los servicios públicos necesitan ponerse en contacto con los habitantes. Dividiendo adecuadamente los territorios y estableciendo planes detallados de urbanización es como las colectividades organizan sus servicios y cobran los impuestos: Atribuir un código postal a una oficina de correos o a un punto de distribución reduce el número de manipulaciones y, por consiguiente, el coste del procesamiento del correo. Esto es un paso previo a la automatización de la clasificación.

«La eficacia del proceso de distribución depende del código postal, pues este permite con frecuencia corregir los errores de lectura del reconocimiento óptico de caracteres», declara Essam Mohamed Al Saghir, responsable de la automatización en Emirates Post.

Sector terciario competitivo y calidad de servicio corren parejos para Posta Uganda, que los ha transformado en su credo. Para atraer a los clientes, es necesario ampliar la distribución a domicilio. Las direcciones incompletas hacen que el encaminamiento sea aleatorio. La clasificación, el procesamiento y la distribución resultan afectados en consecuencia. La ausencia de cartografía informatizada o de bases de datos confiables para verificar las direcciones tienen un impacto directo en el crecimiento de la actividad de los grandes expedidores. Para mejorar el control del tráfico y sus plazos de distribución, el correo ugandés, que distribuye principalmente el correo a través de una red de apartados postales privados, ha decidido crear sus códigos postales. El operador



.....
Un direccionamiento normalizado agiliza la entrega y reduce los costes de procesamiento y de distribución.

ugandés ha formulado un proyecto financiado por el Fondo para el Mejoramiento de la Calidad de Servicio (FMCS) de la UPU, cuyo doble objetivo consiste en crear una base de datos de códigos postales, así como un sistema de direccionamiento.

Un proyecto de este tipo requiere el análisis del contexto postal y geopolítico, la elección de una codificación y elaboración de una norma de direccionamiento. El FMCS financia las misiones de consultores, la campaña de promoción, el software que contiene la base de datos, diversos equipamientos informáticos, así como la formación de empleados postales. Los objetivos son ambiciosos: cubrir todas las ciudades de más de 25.000 habitantes, incrementar la distribución a domicilio del 3,2% al 35% y mejorar el procesamiento y el tiempo de encaminamiento del correo interior de un 60% de los envíos a D+1 en la capital y de un 90% de los envíos a D+3 para el resto del país.

Norma S42

El correo mal dirigido tiene un impacto directo en las actividades económicas de un país, habida cuenta de la parte creciente del comercio electrónico y de la venta por correspondencia en numerosos países en desarrollo. La UPU promueve actualmente normas de direccionamiento internacionales, tales como la norma S42 sobre los componentes y los formatos de las direcciones, que son su caballo de batalla.

Ruth Jones, que preside el grupo de trabajo S42, recuerda las numerosas ventajas que abarca la aplicación de esta norma. «Un direccionamiento normalizado, equivale a mayor precisión, a una entrega rápida y a costes reducidos de procesamiento y de distribución. Todos los actores del comercio internacional resultan beneficiados. Actualmente ya tenemos los formatos de direcciones normalizados para 13 países, y cada vez más, los operadores se interesan por ello.»

Esto lleva a pensar que un día, Floro Camote, el cartero filipino, efectuará quizá él también su reparto en el barrio de las latas según normas de direccionamiento internacionales.

Objetivo 2º – Promover un servicio postal universal adaptado al entorno social, económico y tecnológico.

El derecho a la comunicación

La promoción del servicio postal universal sigue en el centro de la misión de la UPU que consiste en asegurar a los ciudadanos del mundo entero el acceso a los servicios de comunicación básicos.

.....
**Por
Graeme Lee**

Si bien la prestación del servicio postal universal constituye para cada País miembro de la UPU una obligación gubernamental, cada uno de los países puede definir libremente este servicio como mejor le parezca. Según el último estudio de la UPU, en la situación actual, unos 137 países han definido el servicio postal universal y el 64% de ellos han incluido definiciones oficiales en su legislación nacional.

Claro está que queda aún mucho por hacer y los problemas no son los mismos en todas las regiones. Mientras que los países europeos reflexionan sobre la manera de financiar el servicio postal universal en un entorno liberalizado, los países en desarrollo, y especialmente algunos países africanos, encuentran dificultades para instaurar la infraestructura básica necesaria o para reglamentar correctamente un mercado poblado de competidores no acreditados que se adentran en el campo reservado del prestador del servicio universal.

Cada país debe determinar la manera de prestar el servicio postal universal más apropiada para él. Pero algunos países se percatan de que el hecho de centrarse en las ventajas competitivas de un correo puede crear las condiciones ideales que le permitirán cumplir con la obligación dimanante de su adhesión al tratado internacional de la UPU.

Tomaremos el ejemplo de Siria: con una red que enlaza 400 oficinas de correos repartidas por el conjunto del

país, el correo sirio posee una ventaja indudable frente a sus competidores. Sin embargo, se estima que a pesar de esta ventaja, el correo sirio procesa menos de la mitad del correo interior. Sus principales competidores son compañías de autocares que no tienen la obligación de prestar el servicio universal. Cabe pues preguntarse si esta obligación del operador debe ser considerada como una desventaja o como un privilegio.

La viabilidad de la red

Para responder a esta pregunta es necesario conocer el verdadero coste de la prestación del servicio universal y la compensación otorgada a el correo sirio especialmente en forma de servicios reservados u otros servicios.

Un proyecto financiado por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) ha revelado que más de la mitad de las oficinas de correo sirias funcionaban con pérdida. Como en el caso de otros operadores, ha resultado que la mayoría de las oficinas de correos rurales efectuaban un número relativamente bajo de transacciones diarias. Una empresa que adoptara una orientación netamente comercial optaría por cerrar las oficinas deficitarias. Pero para una empresa postal sometida a la obligación del servicio universal, la cuestión no se plantea.

Así pues, ¿cómo asegurar la viabilidad del conjunto de la red? E correo sirio ha reflexionado sobre un medio de aumentar los ingresos de las oficinas de correos rentables en lugar de los ingresos de las oficinas que trabajan con pérdida. En lugar del lema «Pensar como un cliente, actuar como un competidor», el operador ha comprendido que ganaría más en el mercado competitivo que en el servicio universal que forma parte del mismo. Esta nueva orientación le permitirá ganar en fuerza y en competitividad y posicionarse mejor para prestar el servicio universal en el conjunto del territorio nacional.



.....
El correo sirio tiene la intención de desarrollar 12 sectores, a fin de proponer a los clientes más productos y servicios y convertir la oficina de correos en un elemento central de la comunidad.

«La prestación del servicio universal es uno de nuestros principales objetivos», explica su director general, Ahmad Saad, y añade: «para alcanzar de la mejor manera este objetivo, tenemos que diversificar nuestra gama de productos y ser competitivos en los sectores más lucrativos del mercado.»

Para entender mejor las necesidades de la clientela, el operador sirio ha efectuado una encuesta entre 500 empresas y 1.000 clientes privados y ha pasado revista a los servicios propuestos por sus competidores. Resultados: la rapidez constituye el criterio de selección más importante en la elección de un servicio postal, mientras que el coste es el menos importante. Los competidores han sido muy bien evaluados en lo tocante a rapidez, horarios de apertura, innovación y servicio a la clientela. El operador sirio, en cambio, ha obtenido muy buenas apreciaciones por la extensión de su red, su cobertura del territorio mediante oficinas de correos y la fiabilidad y la seguridad de sus servicios. Estas informaciones son esenciales para comprender mejor las necesidades de la clientela y atenderlas de manera más adecuada.

Ha resultado también que los competidores nacionales sólo están presentes en las principales localidades. Algunos operadores más modestos trabajan únicamente en las tres ciudades mayores, a saber Damasco, Alepo y Latakia. Las oficinas de las empresas competidoras cierran a las 22 h., e incluso más tarde (las oficinas de correos cierran a las 16 h.), y proponen generalmente servicios por expreso de distribución en el mismo día entre las principales ciudades gracias a sus redes de autocares. Sus clientes, en cambio, deben retirar los envíos en las oficinas.

Un enfoque más agresivo

«El correo sirio debía abandonar su actitud pasiva en el mercado para hacerse más agresivo», explica Modammed Zakarya, director general adjunto de los servicios

postales en el correo sirio. «El mercado evolucionaba de manera independiente, con competidores que seguían las necesidades de los clientes. Corríamos el riesgo de ser distanciados.»

Así pues, se adoptó un programa en cuatro etapas sobre la base de la estrategia comercial. Este programa tiende a mejorar la explotación e introducir las ventas y el marketing (etapa 1), desarrollar los productos (etapa 2), suministrar una plataforma informática (etapa 3), e integrar productos, a fin de proponer a los clientes un centro multiservicios (etapa 4), todo ello de aquí a 2012.

El PNUD ha financiado también el desarrollo de una estrategia comercial para el correo que se centra en la manera de permitir al operador postal rivalizar mejor con sus principales competidores. Ello implicaba especialmente establecer mejores relaciones con los clientes más importantes asegurando la gestión de las cuentas, revisando los horarios de apertura de las oficinas de correos en las localidades más importantes y mejorando la rapidez de encaminamiento de los envíos entre los principales centros. Al mismo tiempo, el correo sirio ha desarrollado nuevos sectores de productos, a fin de explotar mejor los establecimientos postales.

Es esencial para el sector postal nacional que el operador asegure el desarrollo del mercado introduciendo nuevos servicios y favoreciendo la innovación en materia de producto. Esta nueva orientación conducirá a la creación de un mercado más sano y más competitivo en el cual la clientela tendrá acceso a una mayor variedad de servicios. Esto representará además una ventaja para los clientes así como para los competidores y permitirá sobre todo garantizar la prestación del servicio universal en el conjunto del territorio sirio.

Objetivo 3º – Promover el desarrollo duradero del sector postal y de su economía

La reforma postal en el punto de mira

Para responder a los desafíos de un sector postal empujado hacia la modernización por la evolución del mercado, la UPU preconiza un enfoque global.

.....
Por
Laurent Widmer

El ciclo 2005-2008 de la política de cooperación de la UPU para el desarrollo termina con una nota positiva. Unos sesenta planes integrales de reforma y de desarrollo postal (PIDEP) han sido formulados. Reemplazando un enfoque únicamente centrado en la reestructuración del operador postal público, estos planes nacionales conciernen al sector postal en su conjunto y toman especialmente en cuenta el servicio postal universal, así como el marco reglamentario y jurídico (véase recuadro).

Cada PIDEP es lanzado a petición de la autoridad gubernamental encargada del sector que, a continuación realiza la reforma. La UPU, por su parte, se ocupa al principio de formar un equipo nacional, constituido por la autoridad ministerial de tutela, el regulador, el operador y representantes de los ministerios concernidos por el proceso de reforma tales como, planificación y finanzas.

«Para que ello funcione es necesario el compromiso de todas las partes», explica Rudy Cuadra, uno de los iniciadores del enfoque PIDEP en la UPU. «Y es absolutamente necesario obtener el compromiso de los poderes públicos para apoyar la reforma, pues únicamente ellos pueden después garantizar un marco conveniente para el desarrollo duradero del sector postal».

De los aproximadamente sesenta PIDEP formulados, algunos están más avanzados que otros. En África especialmente los esfuerzos tienden a obtener financiaciones.

En numerosos países en desarrollo, el mercado postal era inexistente hasta hace poco, y las modificaciones del marco reglamentario necesitan tiempo. «No hay que olvidar que la mayor reforma del sector postal en Europa fue lanzada a comienzos de los años 90 y no ha terminado aún en toda la Unión. Hay que ver los PIDEP como bases sólidas para cambios a largo plazo» relativiza Rudy Cuadra.

El ejemplo costarricense

Costa Rica es uno de los primeros países que se beneficiaron de un PIDEP en 2005. Este pequeño país de Centroamérica, situado entre Panamá y Nicaragua, tiene 4,2 millones de habitantes. «Antes de la reforma teníamos un mercado postal donde actuaban varios operadores informales que prestaban servicios muy diversos y se observaba una concentración geográfica importante de la oferta alrededor de la capital y en tres de las siete provincias», explica Rudy Cuadra. El estudio del mercado demostró muy pronto que las normas jurídicas aplicables al sector postal eran obsoletas, que faltaban las disposiciones que fijan las normas del sector y las necesidades relativas a los servicios en la sociedad actual y que los conceptos de regulación no estaban al día. A raíz de estos estudios, el PIDEP exponía la necesidad urgente de instaurar un marco jurídico e institucional apropiado para el sector postal, a fin de ofrecer en el mercado los servicios apropiados. «Tres años después, el PIDEP costarricense está realizado en un 80% y es uno de los más avanzados. Incluso ha sobrevivido a un cambio de gobierno. Esto demuestra que es un enfoque muy bueno», dice con satisfacción Rudy Cuadra.

Las acciones prioritarias para organizar y desarrollar el operador han producido muy pronto sus frutos. A raíz de la constatación hecha por el PIDEP, el Estado pidió que el correo de los servicios públicos y de las empresas que le pertenecen fuera encaminado por el operador designado, y ya no por los servicios mismos. Estas



.....
El PIDEP, una base sólida para cambios a largo plazo.

prácticas habían debilitado al operador designado y causado perjuicio al desarrollo del servicio universal. Por otra parte, el correo costarricense firmó un acuerdo con el correo brasileño para desarrollar al operador. Gracias a esta asistencia coordinada por la UPU, en el lapso de un año todos los procesos operativos del operador designado han sido revisados y la calidad de servicio aumenta en varias regiones (de D+4 a D+1). Por intermedio del Fondo para el Mejoramiento de la Calidad de Servicio (FMCS), Costa Rica ha sido cuadrículada para instaurar un sistema moderno de direccionamiento que permite mejorar los servicios de distribución y desarrollar el correo híbrido. Además de las financiaciones del FMCS, el PIDEP de Costa Rica ha recibido financiaciones del gobierno costarricense, de la UPAEP y del Banco Centroamericano de Integración Económica.

Instrumento para conseguir fondos

«El enfoque PIDEP es una buena manera para indicar a los gobiernos y a los suministradores potenciales de fondos que el sector postal forma parte integrante de la

infraestructura de un país y que la red postal, en su concepción amplia, constituye un soporte valioso para el desarrollo económico de un país» destaca Abdel Ilah Bousseta, director de la cooperación para el desarrollo de la Oficina Internacional. Además de fondos gubernamentales, diversos PIDEP se han beneficiado de otras fuentes de financiación. El Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo financió una parte del PIDEP en Siria, el de Azerbaiyán obtuvo fondos del Banco Mundial para el Desarrollo de los Servicios Financieros y, en Panamá, el Banco Interamericano de Desarrollo y el sector privado, en el marco del programa «Compite Panamá», financió gran parte de las acciones recomendadas por el PIDEP para el servicio postal universal y la reglamentación.

Durante el ciclo 2009–2012, la UPU seguirá asistiendo a los países en la realización de sus PIDEP, y les suministrará indicadores, a fin de medir los progresos realizados y les ayudará en la búsqueda de financiación.

Una metodología experimentada

Los PIDEP se inscriben en las decisiones tomadas por el Congreso en 2004 en Bucarest, colocando la reforma institucional y estructural del sector postal como un campo de acción prioritario. «Era imprescindible una gestión de asistencia que tomara en cuenta todas las especificidades del sector. Con los PIDEP hemos elaborado una verdadera metodología, capaz de captar situaciones diferentes y que implica a los actores claves

del sector», destaca Abdel Ilah Bousseta. Definido individualmente para cada país, el PIDEP compromete a todos los actores del sector postal a nivel nacional. Es una palanca para los gobiernos que desean lanzar un proceso de reforma postal estructurado y definir una política sectorial sobre la base de reformas centradas en el servicio universal, la regulación y la modernización del operador designado.

Objetivo 4º – Favorecer el incremento de los mercados y de los servicios postales

El correo ecológico

Gracias a las nuevas tecnologías, los correos desarrollan el mercado postal y mejoran la calidad de servicio. El correo híbrido es un ejemplo fehaciente de ello.

.....
**Por Dora Precup
y Laurent
Widmer**

Nada más sencillo para las empresas que enviar en formato electrónico datos que serán ulteriormente convertidos en documentos sobre papel, colocados en sobre y enviados por un servicio postal que propone esta solución.

Ya en los años ochenta, varios operadores postales comprendieron la importancia y el potencial enorme del correo híbrido para el futuro del correo. Desde entonces, el primerísimo servicio electrónico desarrollado por los correos no cesa de adquirir popularidad. Y los países en desarrollo no se quedan al margen. Los valores tradicionales del correo que son la confianza y el alcance del servicio postal, asociados con las nuevas competencias en materia de procesamiento digital, constituyen ventajas importantes. Combinando documentos sobre papel y electrónicos, este servicio permite también prolongar la duración de vida de los sistemas de procesamiento físico.

En Italia, el servicio de correo híbrido «Pt Postel» fue comercializado por primera vez en 1989. Este sistema, que cuenta con centros de gestión, de procesamiento del correo así como de coparticipaciones con otras sociedades, ha permitido al servicio postal de Italia hacer frente a la disminución del volumen de correo y responder mejor a las necesidades de los clientes. La tasa de penetración del correo híbrido en Italia aumenta desde el año 1991. En aquella época, constituía un 0,7% del total de envíos. En 2006, pasó a representar el 22% para el servicio interior y el 3% para el servicio internacional. Sociedad del grupo Poste Italiane, Postel propone una

gama más amplia de servicios de gestión de la comunicación entre empresas y administraciones públicas.

Frente a una creciente competencia, cada vez más operadores postales se interesan por el correo híbrido. En el mundo, el 22% de los países miembros de la UPU ofrecen un servicio interior de correo híbrido y un 13% un servicio internacional. Este servicio, sin embargo, sigue siendo marginal y no representaría globalmente, según los modestos datos de la UPU, más que un 0,8% de las cartas del servicio interior y un 0,6% del servicio internacional.

Pero para Cobus Verster, responsable del comercio electrónico en el correo sudafricano, no cabe ninguna duda: «basta con leer los grandes títulos de la actualidad, que no hablan más que de subida del precio del petróleo y de catástrofes naturales, para comprender que la respuesta a estos desafíos para los operadores postales, es el correo híbrido».

En sus comienzos, el correo híbrido era a veces definido como una externalización de la impresión y de la producción de envíos. Actualmente, el auténtico correo híbrido va más lejos: los envíos deben ser encaminados por vía electrónica lo más cercana posible del destinatario, lo cual permite alcanzar mayor rapidez y utilizar menos carburante. Carreteras, ferrovías o pistas de aterrizaje destruidos: en tiempos de catástrofe, el correo híbrido permite evitar estos nuevos obstáculos utilizando un enlace satélite para enviar misivas en forma electrónica y restablecer rapidísimamente la oferta de prestación, por lo menos para las cartas.

El proyecto «Correo híbrido mundial»

Para contrarrestar la disminución del volumen del correo internacional por una parte, y permitir un intercambio de correo híbrido entre diversos operadores de nuestro planeta, por otra parte, la UPU desarrolla desde hace unos años un proyecto tendente a desarrollar el correo

híbrido mundial. Basado en una norma común que permita un intercambio electrónico de los datos y de los ficheros entre países, este proyecto tiene objetivos precisos, explica Debbie Spring, responsable del servicio de correo híbrido internacional en el correo australiano, que dirige el grupo de la UPU. «Nuestro desafío consiste en conectar los 191 países miembros de la UPU no sólo físicamente, sino también electrónicamente.»

Como quiera que las más de las veces este servicio es ofrecido en el interior de un mismo país, los volúmenes de intercambio allende las fronteras son aún muy módicos. «Pero a nivel internacional, los trayectos son más largos y, por consiguiente, las ventajas del correo híbrido son mayores», sigue diciendo Debbie Spring.

En abril de 2007, un primer estudio de factibilidad técnica del sistema híbrido sometió a prueba con éxito el envío, la impresión y la distribución de envíos entre países miembros de la Cooperativa Telemática de la UPU, entre los que figuraban Botswana, Finlandia, Italia y Estados Unidos. A plazo, el proyecto de la UPU pondrá a disposición una interfaz que asegure la interoperabilidad entre los diferentes sistemas nacionales de correo híbrido. La UPU asegurará entonces la calidad de servicio, se ocupará de las compensaciones y ejercerá un seguimiento general del sistema. Y quizá algún día, bastará con dirigirse al sitio Internet del respectivo país para enviar una carta al otro lado del mundo, más rápida y ecológicamente.

Un instrumento ofrecido también en los países en desarrollo

Reducción de la duración de encaminamiento a pesar de una infraestructura poco robusta, desarrollo de mercados, aumento de la calidad de servicio: los países en desarrollo han comprendido también las ventajas del correo híbrido.



.....
¿Podría ser el correo híbrido la respuesta a unos desafíos mundiales como la subida del precio del petróleo?

Por ejemplo, Marruecos se ha dotado de un sistema que le permite producir 20 millones de envíos al mes. Cuenta así, con estos nuevos procedimientos, suministrar a su clientela servicios a medida. Un solo punto de entrada electrónica en toda la red da acceso a servicios como la impresión y la introducción en sobre de los documentos, la clasificación informática, la reagrupación y la publicidad directa, la preparación, el franqueo, el encaminamiento, la distribución y, por último la gestión de las devoluciones.

Botswana acaba de lanzar también un servicio semejante. «Ofreciendo soluciones de correo híbrido a las empresas de servicios públicos, queremos mantener estos volúmenes de correo y los ingresos dimanantes de los mismos en el ámbito de la red postal», explica Thapelo Kalake, jefe de operaciones en Botspost. «Imprimimos actualmente en un solo lugar, pero pronto pasaremos a la próxima fase y efectuaremos la impresión lo más cerca posible del punto de distribución.»

«No quiero recibir papel...»

Recibir el correo escaneado, directamente en la pantalla del propio ordenador ya no es algo reservado a las grandes empresas. Las pequeñas y medianas empresas, y también los particulares, pueden ahora aprovecharse también de este correo híbrido, llamado «invertido».

Diversos operadores postales y firmas especializadas proponen este servicio. La sociedad norteamericana Earth Class Mail, para responder a las exigencias de comunicación de un cliente que vive en el siglo XXI, ha

desarrollado, hace unos tres años, un servicio de correo híbrido. Los utilizadores son personas desplazadas o que tienen varios domicilios, expatriados, titulares de un apartado postal, militares y todos los que quieran eliminar de su vida el papel. Una imagen de sobre recibida es telecargada en una plataforma Internet, y el cliente elige después, a distancia, si quiere que el envío sea escaneado, teletipado, conservado, desviado, destruido o reciclado.

Sesenta años de cooperación

La UPU celebra sesenta años como institución especializada de las Naciones Unidas. Vuelta a una función que le permite desarrollar su actividad en los principales frentes de acción de las Naciones Unidas.

.....
Por
Dora Precup

En la UPU, para presidir la reunión bienal del Consejo de los jefes de secretaría de las Naciones Unidas, en el pasado mes de abril, Ban Ki-moon destacó este aniversario recordando la importante contribución de los servicios postales a los esfuerzos de desarrollo en el mundo entero.

«Vivimos en una época exaltante para las Naciones Unidas, que exige que nos superemos para estar a la altura de las esperanzas que el mundo ha puesto en nosotros, declaró el secretario general. La UPU forma parte integrante de todo ello pues, en una época en la que centenares de millones de personas han abandonado su país de origen para instalarse en otros lugares y desean permanecer en contacto con los suyos y compartir recursos con ellos, los servicios postales adquieren una importancia especial.»

Ban Ki-moon mencionó por otra parte la acción de la UPU para ayudar a la comunidad mundial a realizar los Objetivos del Milenio para el Desarrollo.

En efecto, ya se trate de reducción de la pobreza, de seguridad mundial, de desarrollo, de ayuda humanitaria o también de ayuda al comercio, la UPU, participando en las reuniones de coordinación del sistema de las Naciones Unidas, que reúne a los dirigentes de todas las organizaciones y agencias onusianas, entre las que cabe mencionar la Organización Mundial del Comercio (OMC), el Banco Mundial y el Fondo Monetario Internacional, se sitúa en el corazón mismo de los grandes temas mundiales y aporta su piedra al edificio.

El desarrollo, como reconoció Ban Ki-moon, es un ejemplo preciso. «La capacidad de los servicios postales para facilitar la circulación de la información, de las mercancías y del dinero puede aportar una valiosa ayuda al crecimiento de las pequeñas empresas en los países en desarrollo y abrirles la puerta de los mercados de los países industrializados», terminó diciendo.

Un poco de historia

La adhesión de la UPU a la Organización de las Naciones Unidas data del 1º de Julio de 1948. Un acuerdo anticipado con ocasión de las reuniones de Lake Success en 1946 y del Congreso de Paris en 1947, fue aprobado por un comité de expertos postales de los países miembros bajo la égida del Consejo Económico y Social de las Naciones Unidas. Adhiriéndose a las Naciones Unidas, la UPU se comprometía a respetar los principios de la Carta onusiana, a coordinar sus actividades con otros organismos internacionales y a participar en las reuniones de las Naciones Unidas.

En 1948, los primeros proyectos de colaboración entre la UPU y las Naciones Unidas se limitaron al intercambio de información y de documentación y a las actividades de asistencia técnica. Desde entonces, estas relaciones se han intensificado y ampliado muy marcadamente.

Como así lo explica su Director General Edouard Dayan, todas las actividades de la UPU se inscriben de manera global en la política onusiana.

«La comunicación, que la UPU facilita entre los pueblos mediante un funcionamiento eficaz de los servicios



«La UPU es quizá una de las más pequeñas instituciones especializadas de las Naciones Unidas, pero su labor es determinante para el éxito de la gran misión de nuestra Organización», declaró Ban Ki-moon al personal de la Oficina Internacional durante su visita a la UPU el pasado mes de abril.

postales, como así lo atestigua nuestra misión, se sitúa en el corazón mismo de los esfuerzos para mantener la paz, promover la salud o la educación, aportar la ayuda humanitaria donde la necesidad se deja sentir. Más allá de los compromisos jurídicos previstos por el acuerdo y de su participación en las conferencias onusianas, la UPU se comprometió en acciones y proyectos concretos que contribuyen a la realización de los objetivos del conjunto de la ONU, especialmente de los Objetivos del Milenio para el Desarrollo.»

Según Mauricio Rojas Cartín, director de relaciones internacionales en el correo de Costa Rica, la UPU, formando parte de la familia onusiana, puede actuar estratégicamente e influir en el cambio. Gracias a sus relaciones con las actividades gubernamentales, explica, importantes proyectos de reforma postal pueden ser defendidos y proyectos de desarrollo pueden ser financiados con mayor facilidad. Por otra parte, los países miembros se aprovechan de las buenas relaciones de la UPU con otras organizaciones internacionales que se ocupan de las aduanas, del transporte aéreo internacional y de las telecomunicaciones, entre otras.

«Nuestro país constituye un ejemplo concreto. La reorganización del operador postal público y su plan de modernización, actividades realizadas en el marco de las leyes nacionales que nos estimulan a trabajar en coordinación con una institución de las Naciones Unidas, no habrían sido posibles de otro modo», destaca el Sr. Rojas Cartín.

Desarrollo y asistencia técnica

Al correr de los años, la UPU ha contribuido a la reconstrucción del servicio postal en numerosos países en el marco de políticas nacionales. Este es un papel que ella asume aún plenamente en nuestros días. Mediante consejeros regionales sobre el terreno, la UPU informa al Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) sobre los servicios postales de diversas regiones y sus objetivos. Esta estrecha colaboración, que dura desde los años sesenta, ha permitido estructurar proyectos de reforma postal por doquier en el mundo, desde Mongolia hasta las Maldivas pasando por Bhoutan, Sri Lanka y Nepal, por no citar más que algunos ejem-

plos. Por otra parte, la UPU pone a disposición expertos y propone becas de formación a favor de los agentes postales, así como material postal docente.

En Africa, continente con el mayor número de países menos desarrollados y que constituye una de las prioridades de la UPU, la organización consagra cerca del 40% de su presupuesto de asistencia técnica. Además, mediante el Fondo para el Mejoramiento de la Calidad de Servicio (FMCS), un centenar de proyectos que totalizan más de nueve millones de USD han sido financiados en Africa desde el año 2001. Esto en el marco de una colaboración con otras agencias tales como el Banco Mundial, el PNUD y la Comisión Económica de las Naciones Unidas para Africa.

Hacer valer el papel del sector postal

Al correr de los años, la UPU ha hecho valer también el papel del sector postal como palanca de desarrollo económico y social participando en los diversos programas y conferencias de las Naciones Unidas. En el año 2003 y en 2005, con ocasión de las fases de la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información, este papel en el seno de la sociedad de la información fue reconocido en los planes de acción de la Cumbre, y la UPU es miembro de pleno derecho, con otras organizaciones, de la línea de acción establecida para desarrollar el comercio electrónico mundial.

Más recientemente, en el marco de la iniciativa «Ayuda para el Comercio», de la OMC, la UPU defendió el acceso local que proporcionan las redes postales, para millones de empresas, especialmente las de pequeña y mediana magnitud, a la logística de los intercambios internacionales. Estas empresas son generalmente reconocidas como motores importantes de la economía regional, nacional y, cada vez más, mundial, gracias a las nuevas tecnologías y a la interconexión de las redes.

Para el Sr. Rojas Cartín, el carácter onusiano de la UPU confiere más legitimidad a sus decisiones y proyectos. «Por su papel de primer orden en el seno de las organizaciones internacionales, la UPU contribuye a que nuestros países puedan abordar más fácilmente los cambios necesarios para el mejoramiento de la calidad de los servicios postales universales.»

¿Cómo contribuye concretamente el sector postal a las grandes misiones de la ONU?

Salud

La UPU examinó repetidas veces las condiciones de transporte de los objetos peligrosos por su red internacional y adoptó los reglamentos postales pertinentes. Fue en 1952 cuando la UPU colaboró por primera vez con la Organización Mundial de la Salud, a fin de examinar las condiciones de transporte de muestras biológicas patógenas por correo. En 1999, un acuerdo prevé la creación de envases seguros para transportar las muestras biológicas perecederas y la elaboración de programas de información sobre los productos peligrosos en todos los correos. En 2005 entró en vigor un nuevo reglamento que permite el intercambio por correo de muestras para fines de investigación biomédica y genética.

Numerosos correos han introducido medidas de protección del personal que procesa el correo o han realizado acciones al servicio de la población. Por ejemplo, el correo húngaro propone un servicio móvil y gratuito de detección del cáncer de mama, y los carteros brasileños informan a las madres primerizas sobre las ventajas de la lactancia materna y distribuyen medicamentos. Varias oficinas de correos, como en Sudáfrica, en Cabo Verde, en Kenia y en Madagascar, ostentan carteles de información sobre el sida o el paludismo. El correo alemán también lucha contra el sida asociándose a las organizaciones del sector privado. Es el primer operador postal que contribuye a las acciones y a los programas de la Coalición Mundial de las Empresas contra el Sida.

Desarrollo económico

El sector postal tiene un impacto considerable en la evolución económica y social de los países. Presta una gama de servicios que estimulan el funcionamiento de la economía. La distribución de mercaderías encargadas por teléfono, por catálogo o por Internet, por ejemplo, asegura importantes ingresos a millones de empresas en el mundo. Pero falta aún que la red postal asegure.

Mediante su asistencia en materia de reforma postal, su sistema de financiación y la realización de los proyectos integrados plurianuales, la UPU ayuda a sus países miembros a desarrollar o a reforzar su red postal. Desde el año 2005, seis nuevos planes de desarrollo regionales (PDR) armonizan las actividades y estructuran su financiación en las grandes regiones del mundo. Resultado: mejor asignación de los presupuestos, creación de sinergias entre los diferentes copartícipes activos en una

región determinada y eficacia del rendimiento. Valga de prueba que el 32% de los 4,4 millones de CHF necesarios para financiar los proyectos dimanantes de los PDR provienen de copartícipes externos. Por otra parte, la UPU, con el apoyo de las uniones restringidas regionales, lanzan numerosas acciones de formación para desarrollar los mercados postales, como la publicidad directa, el servicio EMS o las encomiendas.

Reducción de la pobreza

Una red postal sólida y bien estructurada contribuye al desarrollo del comercio y a los ingresos de los particulares y de las empresas. Con más de cinco millones de empleados postales en el mundo – hasta 10 millones si se incluyen a todos aquellos y aquellas que trabajan en sectores asociados – el sector postal es uno de los principales empresarios del mundo. Además, el importe de las transferencias de dinero enviadas a escala mundial por redes oficiales asciende a más de 200.000 millones de USD. Constituyen, como medio de financiación externa, la segunda fuente de inversión directa en el extranjero. Por esta razón, la UPU dedica numerosos esfuerzos al desarrollo de los servicios electrónicos de transferencia de dinero seguros y confiables por vía postal, para modernizar el más que centenario giro postal ya obsoleto.

Medio ambiente y desarrollo sostenible

La UPU sensibiliza a sus países miembros acerca de la protección del medio ambiente y promueve la responsabilidad social entre los actores postales. Varios operadores postales realizan actividades más respetuosas para con el medio ambiente y han desarrollado políticas de preservación del medio ambiente dotadas de programas de reciclado, adquisición de vehículos limpios, gestión de los desechos y utilización de carburantes de sustitución. A través de un acuerdo firmado en abril de 2008, el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) y la UPU colaboran, a fin de reducir las emisiones de CO₂ generadas por el sector postal. El PNUD aportará su pericia para calcular el volumen de las emisiones de gas con efectos de invernadero y medir la eficacia de una gama de soluciones que serán propuestas a los operadores postales para reducir dichas emisiones. Miembro del grupo de gestión de las cuestiones relacionadas con el medio ambiente de las Naciones Unidas, la UPU dispone de una red mundial de corresponsales en

Colaboraciones fructuosas

sus Países miembros a fin de sensibilizar a los actores del sector postal respecto a la importancia de adoptar medidas ecológicas y compartir las prácticas ejemplares.

Acceso a la educación

La UPU colabora con la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) desde el año 1955. Objetivo: facilitar la comunicación social, cultural y comercial entre los países mediante el sistema postal universal, facilitar la difusión de lo escrito y desarrollar la información y la instrucción en general. En numerosos países, los libros y los periódicos son distribuidos a través de la red postal. En Mongolia, por ejemplo, más de 15 millones de periódicos circulan por vía postal, y el correo brasileño distribuye cada año millones de libros escolares. Asimismo, el correo de Benin ha proyectado servicios de venta de material escolar en las oficinas situadas en zonas donde no se encuentran dichos productos.

Por otra parte, la UPU organiza desde hace 37 años un concurso internacional de composiciones epistolares para jóvenes. La UNESCO constituye el jurado encargado de seleccionar a los galardonados. En los centros de formación postal, la UPU ofrece también programas y becas a los empleados de correos de los países en desarrollo. TRAINPOST, su sistema de formación en línea, suministra a los centros de formación las informaciones y la documentación necesarias para la formación del personal.

Ayuda humanitaria

Tsunamis en el Sudeste Asiático, huracanes en Granada, El Salvador y en Guatemala, inundaciones en Rumania, movimientos sísmicos en Pakistán y en Indonesia, guerra en Irak y en Liberia: desde el año 2004, la UPU ha aportado su apoyo a una docena de países afectados por catástrofes naturales o por la guerra. Proyectos de varios centenares de miles de CHF han permitido a los correos de los países afectados reemplazar el equipamiento destruido o dañado para prestar un servicio postal viable. Por solidaridad, numerosos países han respondido a los llamamientos de la UPU para una ayuda financiera o técnica.

Al correr de los años, la UPU ha establecido relaciones de trabajo con numerosas organizaciones onusianas o internacionales. Entre otras actividades,

- trabaja con la Organización Internacional para las Migraciones, a fin de mejorar los servicios de transferencia de dinero por correo,
- se asocia a la Unión Internacional de Telecomunicaciones para introducir las nuevas tecnologías en las oficinas de correos, a fin de ofrecer a los ciudadanos un acceso privilegiado a la sociedad de la información,
- elabora con el apoyo de la Organización Internacional de Normalización normas internacionales de interés común,
- promueve el papel de la infraestructura postal en el ámbito del comercio mundial, participando en la iniciativa «Ayuda para el comercio» de la Organización Mundial del Comercio,
- mejora los procedimientos de tramitación aduanera del correo internacional trabajando estrechamente con la Organización Mundial de Aduanas,
- se asocia al Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente, a fin de reducir el impacto de los gases con efecto de invernadero originado por el sector postal,
- trabaja con la Asociación Internacional del Transporte Aéreo para facilitar la distribución del correo internacional,
- colabora con la Oficina de las Naciones Unidas contra la Droga y el Delito, a fin de luchar contra el tráfico de estupefacientes y el blanqueo de dinero por vía postal,
- obtiene del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo un apoyo a su política de cooperación y a la gestión del programa Joven experto asociado de las Naciones Unidas,
- colabora con la Administración postal de las Naciones Unidas sobre emisiones filatélicas (sello para el correo humanitario en 2007), participa en las instancias onusianas de coordinación, entre las que cabe señalar el Comité de alto nivel sobre la gestión, que discute las cuestiones relacionadas con las finanzas y con los recursos humanos, y con el que se ocupa de los programas.



Una red postal omnipresente

.....
Por
Rhéal LeBlanc

Si existe un correo que apuesta fuerte por las nuevas tecnologías para asegurar su futuro, éste es Korea Post, explica su Presidente, Kyung-won Jung.



En el futuro, los surcoreanos podrán elegir su comida mediante una pantalla situada en su refrigerador. En efecto, el dispositivo integrado identificará el contenido del refrigerador y propondrá una receta adaptada, e incluso un vino. Y si este último no se encuentra en la reserva, el usuario tendrá sencillamente la posibilidad de encargarlo apretando un botón. Contrariamente a lo que se pondría pensar, el suministrador no será el propietario del almacén más próximo, sino un empleado del correo.

Si bien la República de Corea no es sino un país en desarrollo, su servicio postal está ampliamente reconocido por su pericia y su utilización de las nuevas tecnologías, Korea Post, que figura entre los servicios públicos más respetados del país, forma parte integrante de una estrategia nacional tendente a crear una sociedad omnipresente en la cual la interconexión de diversos servicios sociales, entre los que figura el servicio postal, facilitaría la vida de las personas y la haría más agradable.

Las nuevas tecnologías han permitido también a Korea Post hacer frente a la disminución de los volúmenes del correo físico que, después del enteltecimiento de 2003, han experimentado desde 2006 un aumento que puede alcanzar al 2%.

El presidente de Korea Post, Kyung-won Jung, explica cómo estos resultados han podido ser alcanzados y desvela lo que el futuro reserva a los usuarios del correo coreano.

¿Cómo utiliza Korea Post las nuevas tecnologías para mejorar los servicios postales y cuál es su estrategia a largo plazo?

Kyung-won Jung Desde la creación de Korea Post en el año 2000, la utilización de las tecnologías de la información y de la comunicación (TIC), a fin de generar innovaciones para los servicios postales, se sitúa en el centro mismo de nuestros planes estratégicos. Actualmente, nuestros objetivos a plazo medio y largo conciernen u-Post, que venimos aplicando desde 2007.

Con el desarrollo del comercio electrónico, hemos comprendido la necesidad de mejorar y automatizar nuestros procesos internos. Así pues, hemos instaurado el sistema PostNet, al que están conectadas todas las oficinas de correos y centros de procesamiento del correo.

Este sistema permite recoger e intercambiar datos internamente y constituye la base de un gran número de otros sistemas utilizados para nuestras actividades de logística, nuestra oficina de correo en línea (ePost) y los servicios que tienen una orientación estratégica tales como la distribución y la recogida a domicilio y el servicio de correo por expreso (EMS).

La utilización de las nuevas tecnologías nos ha permitido reforzar nuestra competitividad gestionando mejor los flujos de trabajo, realizando actividades de logística, en el marco de las cuales gestionamos, por cuenta de grandes empresas, los pedidos y entregas de productos encargados en línea, y asegurando una mejor comercialización de nuestros servicios. Adoptando un efecto de gestión de las relaciones con la clientela, seguimos la evolución de las tendencias de consumo y alimentamos permanentemente nuestra base de datos de gestión de la clientela, que explotamos para comercializar nuestros

servicios y productos entre grupos de consumidores determinados en varias regiones del país.

Además, utilizamos un sistema de control de la calidad, a fin de seguir mejor los flujos postales y los vehículos en tiempo real. Elaboramos también un sistema de recogida automática de las informaciones relativas a las llegadas y salidas de correo apoyándonos en la tecnología de identificación por radiofrecuencia (RFID).

Háblenos de u-Post, la oficina de correos omnipresente
u-Post representa el futuro del sector postal en Corea, donde los mejores servicios postales posibles serán asequibles fácilmente, en todo momento y en todo lugar.

Todos los cambios introducidos hasta el presente y los que introduciremos en el futuro constituyen una base para instaurar u-Post de aquí a 2011. Cuando el servicio sea plenamente operativo, los clientes podrán utilizar sus teléfonos móviles para acceder a ciertas prestaciones, tales como los servicios de expedición del correo o de seguimiento del encaminamiento en tiempo real. Seguiremos apoyándonos en la mejor tecnología para poner en práctica u-Post. Esta es la razón por la cual hemos introducido la tecnología RFID en nuestros procesos y distribuido asistentes personales digitales inalámbricos a nuestros empleados, a fin de facilitar los procesos de trabajo en tiempo real y construir el PostNet de nueva generación.

Numerosos correos se interesan de cerca por la tecnología RFID para mejorar la calidad de sus servicios. ¿Cómo explota Korea Post esta tecnología?

Venimos estudiando la tecnología RFID desde 2002. En 2006 y 2007, ya la utilizamos para seguir la expedición y la llegada de las paletas de correo y controlar los contenedores. Por último, hemos llevado a cabo una prueba piloto eligiendo tres

centros de procesamiento del correo.

A partir de este año, prevemos aplicar esta tecnología a los contenedores en todos nuestros centros de procesamiento del correo. Además, veinte lectores RFID serán instalados en cada centro de procesamiento y unos 600 lectores y 40.000 etiquetas RFID serán utilizados en el conjunto del territorio. De aquí a julio de 2009, empezaremos las instalaciones en todos los centros de procesamiento.

Continuaremos siguiendo las evoluciones tecnológicas y las tendencias en materia de precios para las etiquetas RFID, especialmente cuando apliquemos esta tecnología a envíos postales aislados tales como los paquetes.

Gracias a las nuevas tecnologías, Korea Post ha podido contrarrestar la reducción de los volúmenes de correo físico y ha registrado el boom de la demanda de servicios por expreso y de encomiendas desde el año 2000. ¿Cuál es la clave de su éxito?

Los servicios de mensajería y de facturación electrónica reemplazan poco a poco los envíos de correspondencia. Los volúmenes globales de correo así como nuestros ingresos se han reducido progresivamente después de haber alcanzado sus puntos culminantes en 2002. Para hacer frente a este fenómeno, hemos decidido aumentar las ventas de paquetes y de envíos EMS diversificando al mismo tiempo los puntos de admisión del correo.

Los servicios de entrega y de recogida del correo a domicilio y el servicio EMS se han convertido en la base de sustentación de nuestra orientación estratégica y hemos reforzado la comercialización de nuestros productos para contrarrestar la reducción de las ventas originada por la reducción de los volúmenes de correo. La introducción del comercio electrónico nos ha empujado también a desarrollar y a ampliar nuestras actividades de

logística y a instaurar el sistema ePost, que permite a los clientes enviar correo en línea.

Desde la introducción del sistema postal moderno en Corea, los servicios de paquetes son un componente del servicio postal universal, lo mismo que las cartas.

Nuestro servicio de distribución a domicilio ha sido instaurado hace varios años, a fin de responder a las necesidades de la clientela, en constante evolución con el desarrollo del comercio electrónico y de las compras en línea. Este servicio, lanzado en agosto de 1999, ha marcado el comienzo de una nueva era para los servicios postales.

Nuestros servicios EMS y de paquetes deben su éxito al principio de entrega y de recolección a domicilio, particularmente práctico para las pequeñas y medianas empresas.

Desde el lanzamiento de este servicio, hemos establecido una red que enlaza entre sí a 3.600 oficinas de correos de las zonas urbanas y rurales del país.

Además de proponer tarifas ventajosas a los grandes expedidores, EMS abarca también un servicio de seguimiento y de localización en línea. Actualmente, Korea Post, así como otros miembros del grupo Kahala, que incluye especialmente a Estados Unidos, China, Japón, Australia y Hong Kong, propone un servicio de distribución de los envíos EMS garantizado, lo cual permite incrementar considerablemente la confianza de la clientela.

¿Qué servicios son asequibles a través de e-Post?

Desde el año 2000, e-Post propone a 34 millones de internautas más de 25 servicios en línea. Algunos como el seguimiento, la localización o también el correo electrónico, son gratuitos. En el centro comercial en línea, los clientes pueden comprar especialidades regionales procedentes de la agricultura, de la pesca o de la ganadería y hacer que se entreguen en Corea o en el

«Cada operador designado debe dedicarse a reducir la diferencia tecnológica y a mejorar el servicio del correo internacional.»

extranjero. Además, los clientes pueden vender y comprar artículos en línea, de manera segura, como por eBay. Proponemos también un servicio de correo híbrido (por ejemplo, tarjetas de felicitación y de pésame) y vendemos sellos. Los pedidos aceptados en línea son enviados a las oficinas de correos o a organismos exteriores encargados de la impresión de los documentos y después, de su distribución al destinatario. e-Post ofrece también un servicio libre de picture card, y un monedero electrónico muy práctico para pagar pequeñas cantidades. Todos estos servicios han reforzado considerablemente nuestra imagen como empresa de comercio electrónico y contribuyen al desarrollo de la economía regional y nacional. El centro comercial en línea nos permitió generar ingresos de 54 millones de USD en 2006.

¿Qué otros sectores de actividad han desarrollado ustedes mejorando sus procesos y utilizando la tecnología?

Hemos desarrollado, entre otros, el correo híbrido, la certificación electrónica, los sellos de correos electrónicos y la publicidad directa. En el caso del correo híbrido, las oficinas de correos transforman datos electrónicos en documentos sobre papel que son objeto de entrega física. Este sistema es particularmente eficaz para la publicidad directa. En Corea, las empresas de impresión generan los envíos de

publicidad directa principalmente a través del correo, mientras que las empresas privadas de mensajería dominan en lo tocante a la distribución de catálogos y en otros servicios. Utilizamos las instalaciones de impresión modernas de subcontratantes basados en ocho provincias diferentes. Pero nuestro objetivo final consiste en aplicar los servicios en línea al proceso en su conjunto, prestando un servicio eficaz y de calidad, desde la admisión del correo hasta la distribución en línea.

Nuestro servicio de certificación electrónica es uno de los medios de comunicación más seguros puesto que Korea Post puede garantizar la autenticidad de los documentos electrónicos enviados.

Tecnológicamente, Korea Post progresa muy rápidamente. ¿No temen ustedes que una interconexión insuficiente de los otros servicios postales del mundo afecte a su propia capacidad para responder a las necesidades de los clientes internacionales?

En general, la distribución de extremo a extremo del correo internacional depende de la infraestructura postal de los países. Tomemos el ejemplo de un país que posee una buena infraestructura postal y puede encaminar el correo hacia un país de destino en uno o dos días. Si el país de destino tarda cinco o siete días más para distribuir el correo en cuestión al destinatario,

las normas no son respetadas.

Esto demuestra que existe una pronunciada diferencia entre los países en lo tocante a su uso de las tecnologías de la información para prestar servicios postales eficaces. Además de permitir un seguimiento y una localización eficaz de los envíos postales, las redes interconectadas permiten a los operadores intercambiar datos aduaneros, crear envíos de publicidad directa destinados a países extranjeros mediante correo híbrido, intercambiar informaciones relativas al correo internacional para el pago de los gastos terminales, identificar las deficiencias del servicio de correo internacional y, por último, crear una red única para la distribución garantizada. Con la apertura del mercado postal, los operadores postales extienden sus actividades hasta el extranjero. Esta es la razón por la cual la interconexión de los servicios postales a escala mundial es más importante que nunca.

En una época en la que el mercado postal se mundializa y se hace cada vez más competitivo, los operadores deben prestar nuevos servicios postales que respondan a las necesidades de la clientela. En resumen, una interconexión insuficiente de las redes perjudica sobremanera a la competencia en el mercado. Esto se convierte incluso en una cuestión de seguimiento. En este contexto, todos los operadores postales, así como la UPU deben esforzarse por asegurar



una mejor interconexión, no sólo para sobrevivir en un mercado competitivo, sino también para crear una situación ventajosa para todas las partes.

Uno de los objetivos de la UPU consiste en mejorar la interconexión de las redes postales en el mundo. ¿En qué la pericia de Korea Post podría contribuir a la realización de este objetivo?

Seguimos colaborando con las industrias, las universidades y el gobierno a fin de adquirir una experiencia y una pericia en materia de utilización de las tecnologías de la información en el sector postal. Hemos pedido al Instituto de investigación en electrónica y telecomunicación, organización gubernamental coreana de investigación, que desarrolle la tecnología que necesitamos. Después, empresas especializadas en la tecnología de

la información han producido las máquinas o equipamientos necesarios, que hemos comprado después para nuestras oficinas de correos. Actualmente, la pericia adquirida en el transcurso de estas experiencias de colaboración ha hecho de Korea Post una referencia para los demás correos del mundo. Y cuando otros países se interesan por nuestra tecnología única, las empresas que la han desarrollado o producido están disponibles para suministrar más información.

A nuestro modo de ver, la interconexión de una red postal mundial sólo puede realizarse sobre la base de la confianza mutua y de la cooperación. La interconexión crea sinergias cuando organizaciones internacionales como la UPU establecen normas comunes y una agenda precisa para aplicarlas.

Estamos preparados para participar en todas las actividades y

desarrollos tecnológicos de la UPU que nos permitirán compartir nuestra experiencia y nuestra pericia. Enviaremos también expertos y suministraremos elementos de comparación cuando ello sea necesario.

¿Su estrategia y su visión del correo del futuro cambiarán el concepto de servicio postal universal en Corea?

Nos preparamos para revisar la legislación postal que protege los derechos de los usuarios del correo, pero respetaremos los principios del servicio universal, sobre la base de las recomendaciones de la UPU y de otros casos estudiados. En la República de Corea, el principio del servicio universal se aplicará a los envíos de correspondencia de un peso inferior a 2 kg., a las encomiendas que pesen menos de 20 kg. y al correo certificado. Pero la frecuencia de la recogida y de la

.....
Tarjeta de identidad de Korea Post

Número de oficinas de correos	3,581
Número total de empleados	43,270 (de los cuales 15.433 son transportadores de correo)
Volumen de correo	4.800 millones de envíos
Encomiendas y EMS	115,7 millones de envíos
Peticiones de seguimiento	205 millones
Grado de satisfacción de la clientela de Korea Post:	
Clasificada primera del sector postal nueve años seguidos	
Servicio de distribución a domicilio de las encomiendas:	
Clasificada primera durante cuatro años consecutivos	

distribución del correo, y lo mismo cabe decir de las normas de distribución y de las condiciones de prestaciones aplicadas, podrían cambiar en función de nuestra estrategia y de nuestra visión.

¿Qué deberían hacer o no los correos cuando adoptan nuevas tecnologías para conservar su parte de mercado, aumentar sus ingresos y abrirse a la sociedad de la información?

Numerosas administraciones postales se esfuerzan para elaborar y aplicar estrategias para hacer frente a la rápida evolución del paisaje postal. Recomiendo a quienes deseen hacer mejor uso de las nuevas tecnologías que adopten un enfoque global y compartan la necesidad de utilizar esas tecnologías con otros correos. De igual modo, los empleados deben comprender que el hecho de tener un enfoque del servicio a la clientela a través de Internet es un medio estratégico para mejorar considerablemente los procesos internos, favorecer la innovación, aumentar la satisfacción de los clientes y generar nuevos ingresos. Las nuevas tecnologías no son únicamente un sustituto de la red postal física. Todos los correos deben tener en cuenta el entorno general en el cual evolucionan. Deben esforzarse por identificar los eventuales problemas y mejoras que deben aportarse para responder a las necesidades de la clientela y comprender las tendencias competitivas del mercado y las políticas de desarrollo de las tecnologías de la información.

Los operadores postales deberían observarse entre sí. Pero no basta con efectuar comparaciones, pues aprender motivaciones y factores de éxito escondidos detrás de las evoluciones tecnológicas es una cosa pero aplicar los mismos principios a su propio entorno es otra muy distinta.

Además, los correos, cuando introducen nuevas tecnologías, deberían tener en cuenta su situación. En efecto, en numerosos casos es difícil para ellos adoptar nuevas tecnologías debido a su particular entorno. Ignorar estos factores e introducir nuevas tecnologías de prisa y corriendo conduciría al fracaso puesto que las soluciones adoptadas no serían adecuadas. Sería como si una persona llevase prendas de vestir de medida inadecuada.

Los dirigentes deben comprender perfectamente la necesidad de cambiar, y una gestión eficaz requiere sólidas competencias del jefe y mucha convicción, cualidades esenciales que les permitirán ayudarnos en caso de dificultades.

Korea Post apoya activamente las actividades de la UPU. ¿Qué papel estima usted que desempeña en el ámbito internacional? ¿Y cómo podrían los servicios postales cooperar mejor a escala internacional para aportar mejoras importantes en materia de servicios?

Desde el Congreso de Seúl en 1994, hemos participado en numerosas actividades de la UPU, como miembro del Consejo de Explotación Postal (CEP) y del Consejo de

Administración (CA), y con frecuencia hemos enviado expertos o aportado un apoyo financiero para la realización de proyectos importantes.

Hemos permitido a otros países utilizar para proyectos particulares una parte de nuestros recursos en el marco del Fondo para el Mejoramiento de la Calidad de Servicio. También hemos suministrado a países afectados por catástrofes naturales recursos provenientes del Fondo, a fin de ayudarles a reconstruir su infraestructura postal. Además, nos hemos comprometido a realizar diversas actividades en materia de cooperación con la Unión Postal de Asia y del Pacífico (APPU). Hemos enviado consultores, invitado a personas a participar en cursos de formación organizados por la Escuela de Correos de la APPU y hemos organizado visitas a las instalaciones postales coreanas. Proseguiremos las actividades iniciadas conjuntamente con la UPU y la APPU.

Trabajar juntos para el mejoramiento de los servicios postales exige un fuerte sentido de la comunidad. Con ocasión del XXIV Congreso Postal Universal, los países miembros adoptarán la próxima estrategia postal mundial, que definirá una orientación para los cuatro próximos años. Una vez adoptada la estrategia, todos deberían sumarse a los esfuerzos realizados por la comunidad. Para mí, este sentido de la comunidad es esencial para mejorar la red postal mundial.



Oficina de correos móvil en la provincia de Sichuan.

El 12 del pasado mes de mayo, China sufrió una de las catástrofes naturales más mortíferas de estos treinta últimos años.

Asia azotada de nuevo



.....
De una oficina de correos en el condado de Yingxiu sólo quedan ruinas.

.....
**Por
Jérôme
Deutschmann**

Las cifras hablan por sí mismas: un movimiento sísmico de magnitud 8 en la escala de Richter, sacudió la provincia de Sichuan originando la muerte de más de 87.000 personas, hiriendo a más de 373.000 y destruyendo la morada de unos 5 millones de personas.

En número de víctimas, la comunidad postal pagó también un pesado tributo: 17 muertos, 141 heridos y 38 desaparecidos.

Los daños materiales son considerables: el operador China Post registró la destrucción completa de 38 oficinas de correos y unas 168 fueron parcialmente dañadas. Además, unos sesenta vehículos y más de 3.000 equipamientos sufrieron daños.

Al día siguiente de la catástrofe, el State Post Bureau, agencia gubernamental china encargada del sector postal, creó un comité de socorro a los siniestrados para la ayuda más urgente. Se trataba primero de aportar socorro a los empleados postales y a sus familias víctimas del seísmo. Los supervivientes de las réplicas sísmicas y de las inundaciones originadas por los desbordamientos de los lagos y las grietas de los pantanos recibieron alojamiento. Los empleados postales acudieron en ayuda de sus colegas y les proporcionaron además de consuelo, material de primera necesidad y agua potable; los vehículos postales fueron requisados para transportar a los heridos.

Además de las medidas materiales de urgencia, las autoridades postales elaboraron un plan de reparación de las instalaciones. Los daños sufridos por la logística son importantes: 55 oficinas de correos están cerradas y 22 oficinas de correos en las zonas seriamente siniestradas han reanudado, pese a todo, sus actividades. Bajo la égida del ministerio de transporte, contenedores, carpas e instalaciones prefabricadas sirven ahora de oficinas de correos provisionales para prestar los servicios básicos. La distribución del correo se interrumpió en 95 ciudades y poblados. Habida cuenta de la magnitud de los daños, el State Post Bureau pidió al gobierno 785 casas móviles. Por otra parte, la restauración de las infraestructuras postales debería inscribirse entre las prioridades del plan nacional de reconstrucción.

Solidaridad nacional e internacional

Una oleada de donaciones sin precedente caracteriza la solidaridad del pueblo chino para con las víctimas de los movimientos sísmicos. Los donativos aportados por las empresas postales ascendieron a 10 millones de USD, de los cuales, 3 millones provenían de los empleados postales. Un centenar de generadores, de carpas y toneladas de productos alimenticios fueron enviados a las víctimas.

El conjunto del sector respondió al llamamiento: China Post Ningxia ofreció 10 camiones a su clientela situada en Sichuan. China Post Logistics transfirió cinco vagones



Una oficina de correos de emergencia instalada a toda prisa.



Oficina de correos en el condado de Dujiangyan.

cubiertos de ocho toneladas para el transporte de material de socorro y China Post envió 30 vehículos destinados al transporte del correo.

Las empresas de mensajería por expreso también aportaron su ayuda. SF Express dio 9 millones de yuans, ZJS Express prestó sus vehículos de transporte. Las tres unidades chinas de DHL (Sinotrans, Global Forwarding y Excel Supply Chain) hicieron donación de un millón de yuans a las víctimas. FedEx Suiza transportó gratuitamente los equipamientos satélites para restablecer los enlaces de comunicación, operación organizada por la Unión Internacional de Telecomunicaciones. Otros aviones de carga con toneladas de productos alimenticios y medicamentos salieron de Estados Unidos y de Hong Kong. UPS por su parte transportó más de 10.000 carpas, 1.100 camas de campo y material médico.

Envíos gratuitos y sellos especiales

Para las familias alejadas que no pueden desplazarse, el correo chino facilitó un servicio gratuito de encomiendas y cartas. El 29 de mayo, la filial de Sichuan había recibido y distribuido 2.600 encomiendas y 7.000 cartas a las víctimas, y había ofrecido a 17.000 clientes la posibilidad de transferir gratuitamente dinero a los siniestrados, por un importe de más de 8 millones de USD.

El 20 de junio China Post emitió 13 millones de sellos especiales y la mitad de los ingresos correspondientes será destinada a las víctimas.

DHL ayuda a las víctimas de Myanmar

DHL, empresa postal por expreso internacional, firmó un acuerdo con la La Oficina de Coordinación de Asuntos Humanitarios (OCAH) de las Naciones Unidas para aportar ayuda a las víctimas del ciclón Nargis en Myanmar enviando a su equipo de respuesta a las catástrofes (DRT, Disaster Response Team) basado en Singapur. Este equipo está encargado de la gestión de un depósito de 3.000 m² puesto a la disposición de las organizaciones no gubernamentales y situado a 30 minutos del aeropuerto de Yangon. Se trata del punto central de abastecimiento para las organizaciones no gubernamentales. El equipo suministra también pericia técnica y logística para descargar y cargar los contenedores, clasificar los envíos y acelerar la distribución.

Panorama

eBay propone el franqueo en línea con La Poste

La Poste y eBay France han firmado una coparticipación que se refiere al franqueo en línea. Desde diciembre de 2007, se sabía que existía en La Poste, en fase de preparación, un proyecto de impresión a domicilio de los sellos, pero no se sabía aún cuáles serían las modalidades. El nuevo servicio permite a los utilizadores de

eBay franquear ellos mismos sus cartas y encomiendas desde el sitio Internet de un comerciante. El internauta prepara su factura indicado peso, destino y modo de envío deseado (sencillo o certificado). Una vez pagada vía PayPal, la factura se imprime y se pega al paquete que se expide.

Fuente: Journaldunet.com

Antecedentes penales por correo

En lo sucesivo, cada ciudadano suizo podrá pedir en correos un extracto de sus antecedentes penales. Bastará con presentarse en la ventanilla provisto de un documento de identidad y el extracto le llegará por correo dentro de tres a cinco días. Si bien verifica la identidad del solicitante y toma directamente sus datos, el empleado postal no tiene nunca acceso a los datos judiciales. El número de solicitudes de extractos judiciales no cesa de aumentar. De 217.000 en 2003, ascendió hasta 290.000 en 2007.

Fuente: Agencia telegráfica suiza

Prioridad para Correos de Canadá y FedEx Express

Correos de Canadá y FedEx Express Canadá se unen para crear el servicio mundial Prioridad, servicio de mensajería internacional comercializado a los particulares y a las empresas por Correos de Canadá, que será prestado por doquier en el mundo gracias a la vasta red de entrega internacional

de FedEx. Este servicio mundial, disponible a partir del último trimestre de 2008, garantiza la entrega dentro de los plazos. Establece también una norma de entrega el día laborable siguiente antes de mediodía en la mayoría de los destinos a Estados Unidos y en D+2 o 3 en la mayoría de

los demás países industrializados. Ofrece además el seguimiento del envío, la confirmación y la firma a la entrega. Los expedidores canadienses podrán utilizar el servicio para expedir al mundo entero sobres hasta de 500 gr., paquetes hasta de 1,5 kg. y encomiendas hasta de 30 kg.

Fuente: Comunicado de prensa, Correos de Canadá

EMS en Africa francófona

Una veintena de responsables de los servicios de procesamiento de correo de la red Express Mail Service (EMS) de los países francófonos de Africa siguieron, en Lomé, un seminario-taller de adecuación con sus colegas de las demás redes postales. Los trabajos que versaron sobre el proceso

de gestión de las operaciones y la eficiencia de la red EMS, culminaron en un plan de acción para mejorar los rendimientos. Según la coordinadora EMS para Africa en la Oficina Internacional, Awa Cissé, el seminario enseñó a los participantes los métodos de lectura de los informes,

de análisis de los datos y la identificación de las deficiencias. A partir de 2009, la nueva red africana debe igualar la de los demás operadores que le confían los envíos.

Fuente: Agencia de prensa Xinhua

Panorama

La fusión obtiene luz verde parlamentaria

Los parlamentos danés y sueco aprobaron respectivamente, los días 12 y 18 de junio, el proyecto de fusión entre los operadores Post Danmark A/S y Posten AB. Corresponde ahora a los reguladores firmar el acuerdo final. La fusión de dos operadores nacionales es una novedad en la historia postal. Anunciada en abril, debía culminar en una sociedad común perteneciente a la vez al Estado sueco, al Estado danés, a CVC Capital Partners y a los empleados. La nueva empresa dispondrá de ingresos anuales cercanos a los

45.000 millones de coronas suecas y estará formada por más de 50.000 empleados.

Según un comunicado emitido por Posten, la fusión «ayudará a los dos operadores a responder a los desafíos evolutivos del mercado y a una creciente competencia. Garantiza también el mantenimiento del correo de primera clase en ambos países y permitirá alcanzar al conjunto de la clientela de empresas y privada en todo su territorio respectivo».

Fuente: Posten AB

Modernización de pies a cabeza

El correo indio quiere modernizar sus servicios para ser competitivo a escala nacional e internacional y para salir de los números rojos. Actualmente, quiere aprovechar todos los segmentos comerciales posibles: desde oficinas de cambio a reservas de billetes de tren, pasando por acuerdos con bancos comerciales y el lanzamiento de nuevos servicios de publicidad directa y de transferencia de dinero. India Post, que cuenta con la mayor red postal del mundo, con 155.516 oficinas de correos, ha adoptado un plan de modernización que pasa por la informatización de toda la red postal, en la que figuran 64.000 oficinas en

zonas rurales. Uno de los principales objetivos consiste en prestar servicios bancarios a los clientes en todo el territorio. Por otra parte, el operador quiere incrementar su parte de mercado en las transferencias de dinero, habida cuenta de los millones de trabajadores expatriados en los países del Golfo, en Europa y en Estados Unidos. Para incrementar su presencia en el ámbito internacional, el correo indio ha creado una nueva unidad comercial internacional, ha firmado un acuerdo de cooperación con Deutsche Post y ha iniciado negociaciones con los operadores suizo, francés y omaní.

Fuente: The Economic Times

Sitio ecológico

El nuevo sitio Internet del Servicio Postal de Estados Unidos (USPS) propone la compra de productos ecológicos, consejos para reciclar la publicidad no solicitada o retirar sus datos de las listas de distribución, consejos a los grandes expedidores que intentan reducir su publicidad directa, y datos sobre las medidas ecológicas del operador.

Otra particularidad del sitio: el calculador electrónico que permite a los visitantes determinar su consumo de gasolina para trasladarse a su oficina de correos. Este instrumento calcula también la parte anual de dióxido de carbono que los clientes expulsan a la atmósfera al efectuar este trayecto.

Esta portada postal ecológica tiende a incitar a los clientes a que utilicen los medios de expedición del sitio de USPS. Este sitio Web es una de las numerosas iniciativas, junto con el reciclado de más de un millón de toneladas de papel y de plástico y la renovación futura de 37.000 oficinas de correos, tomadas por el operador postal estadounidense, a fin de alcanzar una reducción del 30% del consumo de energía en 2015.

Fuente: Ohmygov.com

Correo serbio, nueva autoridad de certificación

El correo serbio se ha convertido en la primera y única autoridad de certificación en Serbia, haciendo del sector postal uno de los actores más importantes de la sociedad de la información y de la economía digital. El Ministerio serbio de telecomunicaciones y de la sociedad de la información ha atribuido al operador público serbio el título de organismo acreditado de certificación. El correo serbio debe ahora obtener el beneplácito para emitir certificados digitales asegurados que permitan autenticar firmas electrónicas en los documentos, y ello, de conformidad con la reglamentación europea en la materia.

Fuente: PTT Communications «Srbija»

Préparez-vous à gagner.



LE PARTENAIRE DES SERVICES POSTAUX DEPUIS SOIXANTE ANS

Gagnez en performance technologique grâce à des équipements de très haut débit, adaptés à vos spécificités.

Investissez sur l'avenir avec un partenaire qui consacre 10% du Chiffre d'Affaires en Recherche & Développement (30 brevets par an en moyenne).

Augmentez votre compétitivité par des solutions conjuguant excellence qualité / prix et coûts de possession optimisés : installation, maintenance, formation des équipes, ergonomie...

Assurez-vous la fiabilité d'un constructeur présent dans l'activité postale depuis 60 ans.

Misez sur la planète en choisissant des matériels conçus dans le respect des règles d'un Système de Management de l'Environnement (certifié ISO 14001).

www.solystic.com



Des solutions postales d'avenir



La red postal

*Para transferencias
internacionales de dinero
a un precio abordable*

