

UNION POSTALE

Marzo de 2010

Impulsando el sector postal
desde 1875



Unión Postal Universal,
organismo especializado
de las Naciones Unidas

1

Solidaridad postal
en Haití

post se hace
realidad

Confiar los ahorros
a *India Post*



The postal network

*Facilitating affordable
money transfers
worldwide*



Índice



Foto de cubierta:
Sophia Paris
Edificio de EMS
en Puerto Príncipe, Haití.

Marzo

2010

Union Postale es la revista bandera de la Unión Postal Universal desde 1875. Esta publicación policroma se publica cada trimestre en siete lenguas, cubre las actividades de la UPU, las innovaciones internacionales y las innovaciones del sector postal. La revista publica también artículos de fondo sobre temas técnicos innovadores, así como entrevistas con los dirigentes del sector. *Union Postale* se distribuye a los operadores, a los ministerios responsables de los correos y a los reguladores de los 191 Países miembros de la UPU, y en especial a miles de decisores, que consideran la revista como una valiosa fuente de informaciones.

Union Postale se publica en alemán, árabe, chino, español, francés, inglés y ruso.

Tema de cubierta	
Unidos para ayudar a Haití Expertos ayudan al Correo a poner en marcha los servicios postales después del terremoto acaecido el pasado mes de enero	8
Reportajes	
Confianza en los servicios financieros de India Post India Post trabaja con el Gobierno para promover la inclusión financiera	13
La inclusión financiera en marcha Un guardia de seguridad que trabaja en Delhi nos cuenta por qué invierte sus ahorros en India Post	17
.post se hace realidad Un acuerdo histórico proporciona al sector su propio dominio de primer nivel en Internet	22
La entrevista	
Cómo hacer frente a un doble objetivo El director general del Correo de Corea del Sur, Kee-Deok Kim, aborda sus responsabilidades empresariales y sociales	19
Semblanzas	
Un importante eslabón de la cadena postal Joanne Bowler, controla durante la noche una máquina clasificadora por códigos de barras	24
Perspectiva	
Servicios financieros: innovando para los emigrantes En la segunda parte de su artículo sobre los emigrantes y los servicios, financieros la profesora Anderloni examina la cuestión de cómo conquistar este segmento de mercado	26
Secciones	
Apuntes	4
El foco del editor	5
Perfil	6
Panorama	28

Redactor jefe: Faryal Mirza (FM)

Redactor adjunto: Rhéal LeBlanc (RL)

Secretaria de redacción: Gisèle Coron

Colaboración: Mridu Khullar, Monika Kugemann, Dick Rayori (DR), Itziar Marañón (IM)

Fotógrafos: Axel Heimken, Sophia Paris, Alexandre Plattet, Simon de Trey-White, Martial Trezzini

Grafismo: Die Gestalter, St. Gallen (Suiza)

Impresión: Oficina Internacional de la UPU, Berna (Suiza)

Suscripción: publications@upu.int

Impreso en papel FSC mediante procesos y tinta respetuosos con el medio ambiente.

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).

Union Postale
Oficina Internacional
Unión Postal Universal
Case postale
3000 BERNA 15
SUIZA

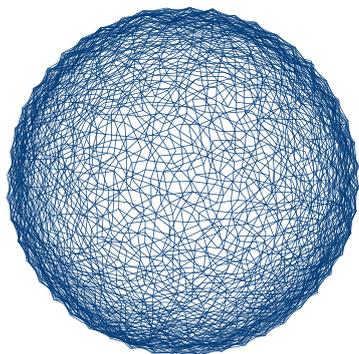
Teléfono:
+41 31 350 35 95

Telefax:
+41 31 350 37 11

E-Mail:
faryal.mirza@upu.int

Sitio Web:
www.upu.int

Apuntes



COP15
COPENHAGEN
UNITED NATIONS CLIMATE CHANGE CONFERENCE 2009

Oficina Internacional

UPU: luz verde en Copenhague

Como quiera que seguir por la vía actual no es una opción, el sector postal mundial se esforzará por reducir sus emisiones de gas con efecto de invernadero. Este es el mensaje lanzado por el Director General de la UPU con ocasión de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el cambio climático celebrada en Copenhague. Edouard Dayan participó también en una conferencia del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) consagrada a los esfuerzos desarrollados para convertir las organizaciones onusianas en climáticamente inocuas.

Edouard Dayan se sumó a los dirigentes de otras instituciones especializadas, programas y fondos de las Naciones Unidas para discutir sobre el apoyo que pueden aportar las Naciones Unidas a los países que deseen luchar contra el cambio climático, ya sea mediante el desarrollo de las capacidades, la transferencia de tecnologías, la financiación u otros medios. Según el Secretario General de la ONU, Ban Ki-moon, proteger el medio ambiente constituye un «imperativo político, moral e histórico», añadiendo que las organizaciones de las Naciones Unidas presentes en la capital danesa actúan mancomunadamente en la lucha contra el cambio climático. Por su parte, Ivo De Boer, responsable de la conferencia, declaró que las Naciones Unidas debían apoyar las acciones

concretas en el terreno y precisó: «De ello depende nuestro éxito».

Dayan se comprometió a trabajar con los operadores postales de los 191 países miembros de la UPU para reducir las emisiones de carbono. Achim Steiner, director ejecutivo del PNUMA elogió a la UPU por sus esfuerzos, y dijo que había un enorme potencial para sectores que, como el de los servicios postales, pueden contribuir a mejorar el medio ambiente. Según un inventario mundial recientemente publicado por la UPU, se estima que los edificios de los Correos, y los vehículos utilizados por los mismos, produjeron 26 millones de toneladas de CO₂ en 2008. La Agencia también está estudiando la aplicación de un sistema de compensación de emisiones de carbono para el sector postal.

Entretanto, la sede de la UPU ha reducido ya su consumo de energía y ha adoptado varias medidas para proteger el medio ambiente. Desde hace un año, un nuevo sistema de alumbrado ha permitido reducir el consumo de energía en un 70%. Por otra parte, la mayoría de los empleados que viajan por cuestiones de trabajo optan por la clase económica y utilizan el tren siempre que ello es posible. La Oficina Internacional quiere reducir sus emisiones de CO₂ en un 20% de aquí a 2012. Actualmente produce 1.500 toneladas al año de este compuesto químico. **RL**

Oriente Medio

Intercambio directo de correo: Palestina se acerca a la meta

La capacidad de Palestina para intercambiar directamente correo con los Países miembros de la UPU sigue mejorando desde que la UPU atribuyó un código CTCI (Centro de Tratamiento del Correo Internacional) a la oficina de cambio de Ramallah. El código es una norma de la UPU que se aplica principalmente a los centros de tratamiento del correo que reciben o expiden los despachos intercambiados según las normas de la organización. Sin este código, los países no pueden intercambiar despachos con Palestina y viceversa.

Por ahora, el correo que llega o sale de Palestina sigue pasando por Israel. Pero las autoridades postales de Israel y de Palestina se comprometieron en 2008 a trabajar juntas para facilitar los intercambios directos de correo para Palestina a través de Amman, Jordania.

La UPU suministra asistencia técnica al correo palestino, a fin de ayudarle a modernizarse, a mejorar el tratamiento del correo y a formar su personal. **RL**

Envíenos sus noticias

Teléfono: +41 31 350 35 95
Telefax: +41 31 350 37 11
E-mail: faryal.mirza@upu.int
Union Postale, Oficina Internacional
Unión Postal Universal, Casilla postale
3000 BERNA 15, SUIZA

El foco del editor

En el año 2010 se cumple el 135° aniversario de *Union Postale*. Desde sus modestos comienzos como revista multilingüe para los miembros de la UPU, *Union Postale* ha pasado por cambios notables – como los ocurridos en el sector postal – hasta llegar a su moderna presentación actual. Y se avecinan nuevos cambios. Para ampliar nuestra cobertura y aumentar las noticias de diferentes regiones estamos trabajando más estrechamente con nuestros Coordinadores Regionales y las Uniones Restringidas, así como con periodistas independientes y fotógrafos en el terreno. Los primeros frutos de esta nueva colaboración ya pueden apreciarse en el trabajo de Dick Rayori sobre el 30° aniversario de la Unión Panafricana de Correos, nuestro artículo sobre uno de los fieles clientes del Correo de India o en las fotografías de Haití.

Precisamente refiriéndonos a Haití, pero desde una perspectiva más triste, nuestro tema de portada

relata cómo el sector postal ha acudido en ayuda de los afectados por el terremoto que ha golpeado a la nación. Este acto de solidaridad tiene su origen en los trabajos de coordinación de la UPU no sólo para ayudar al Correo de Haití a renacer de sus cenizas y restaurar sus servicios sino para alentarlos a mirar el futuro con renovadas esperanzas.

A partir del año 2004, fecha en la que tuvieron lugar los devastadores tsunamis en el sur de Asia, la UPU ha instaurado una política específica destinada a ayudar a los países miembros afectados por los desastres naturales. Tras el reciente terremoto de Chile, la Unión contactó inmediatamente con las autoridades chilenas para conocer la evaluación de los daños en la infraestructura postal y ofreció su ayuda.

Faryal Mirza, Editora en Jefe

América del Sur

Correos de Brasil se suma a la campaña contra el VIH

Brasil es el séptimo país en sumarse a la campaña de sensibilización contra el VIH, organizada por la UPU y otros organismos asociados. Más de 12.000 oficinas postales participan al usar recursos como tarjetas postales, carteles y folletos para extender el mensaje. Por primera vez el Correo difundirá información acerca de la prevención del VIH a unos de 800.000 hogares en ciertas áreas seleccionadas de Brasil. El lanzamiento fue pensado para que coincidiera con la época de carnaval del país.

Aproximadamente 730.000 personas viven con VIH en Brasil, según el Programa Conjunto de las Naciones Unidas sobre el VIH/SIDA (ONUSIDA), colaborador fundamen-

tal en la campaña. En su discurso de lanzamiento en febrero, el coordinador nacional de la ONUSIDA, Pedro Chequer, aseguró que «gracias a su red de distribución de amplia cobertura, las oficinas postales ofrecen un punto de entrada estratégico para hacer llegar mensajes de prevención del VIH a la población en general y a todo el equipo de la oficina postal». El lema de la campaña es: «El correo lucha contra el SIDA ¿Y usted? Protéjase: Utilice el preservativo».

La campaña mundial ya está en marcha en Burkina Faso, Camerún, China, Estonia, Mali y Nigeria. Otros colaboradores son la Organización Internacional del Trabajo (OIT) y la UNI Sindicato Global. El objetivo es movilizar los 660.000 oficinas pos-



tales para aumentar la sensibilización acerca del VIH/SIDA. **FM**

[La UPU anima a todos sus países miembros a unirse a la campaña. Para información, contactar \[sust.dev@upu.int\]\(mailto:sust.dev@upu.int\)](#)

La cifra

220 millones

Este es el número de cuentas de ahorro de India Post.

Apuntes

Perfil

Los servicios financieros postales en la era digital



Nombre: David Avsec

Departamento: Centro de Tecnología Postal

Función: Jefe de desarrollo de las Tecnologías de Información (TI)

Nacionalidad: Francés

Sólo en diez años, el mundo de la tecnología postal ha cambiado radicalmente y David Avsec ha acompañado este cambio. Recuerda que hace doce años, al principio de su estancia en Berna, el intercambio de giros postales aún se efectuaba en soporte de papel con poca fiabilidad y un coste elevado. El mercado estaba preparado para un nuevo producto y era un desafío que el Centro de Tecnología Postal (CTP) tenía que afrontar. En 2004, 10 países miembros utilizaban la aplicación International Financial System (IFS) para todas las fases del procesamiento de los giros internacionales mediante el intercambio de datos informatizados. «Actualmente, más de 40 países explotan el IFS y otros 50 se encuentran en las diferentes fases de puesta en práctica y de explotación de esta aplicación», indica David Avsec.

Aquí, no se trata únicamente de tecnología. En efecto, el Sr. Avsec trabaja también con los servicios financieros y la dirección de los asuntos jurídicos de la UPU para asegurar el éxito del sistema IFS.

«IFS no sólo es un asunto técnico. Es también negocio. Para los Correos, es una solución que podría permitir alcanzar una clientela no bancarizada tal como los emigrantes», explica el Sr. Avsec.

La idea es la siguiente: una vez que se haya respondido a las necesidades de estos clientes en materia de transferencia de dinero, éstos podrían recurrir de nuevo al correo para productos más sofisticados tales como cuentas de ahorro.

IFS absorbe aproximadamente el 30% del tiempo de trabajo de David Avsec que es también responsable del desarrollo de algunas otras aplicaciones del CTP, y dirige un equipo de aproximadamente 30 personas.

«Me gusta trabajar en las tecnologías de la información (TI) no sólo por el aspecto técnico, sino también, y sobre todo, por el contacto con clientes que podrán beneficiarse de un producto que les aportará una mejora en lo que concierne a la naturaleza y a la eficacia de su trabajo», termina diciendo el David Avsec.



Africa

La UPAP celebra sus treinta años

La Unión Panafricana de Correos (UPAP) ha terminado con éxito las celebraciones relativas a su 30º aniversario en las que han participado numerosos ministros responsables del sector postal y decididores provenientes de organizaciones regionales e internacionales. UPAP es la mayor de las Uniones Restringidas de la UPU y la integran 43 Países miembros.

Ministros, ministros adjuntos y los embajadores de Mali, Tanzania, Ghana, Etiopía, Angola, Camerún, Kenia, Burundi, Chad, Sudán, Malawi y Sudáfrica participaron en la ceremonia de apertura celebrada en Arusha (Tanzania) el 18 del pasado mes de enero.

El Presidente honorario, vicepresidente de Tanzania, Mohammed Shein, lanzó una serie de actividades, entre las que figuraban una exposición sobre el sector postal y un foro postal de tres días. Los desafíos inherentes a la prestación del servicio postal universal, el enfoque regional de desarrollo preconizado por la UPU, la diversificación de los productos y servicios y el desarrollo de los servicios electrónicos figuraban entre los temas debatidos. El foro puso de manifiesto la importancia de considerar la infraestructura postal como prioridad nacional, a fin de favorecer el desarrollo socioeconómico.

Elham Ibrahim, de la Comisión de la Unión Africana (CUA), felicitó a la UPAP por la importancia que atribuye al desarrollo de los servicios electrónicos y a la reforma postal. Aseguró a la organización que la CUA apoyaba los esfuerzos desarrollados por el sector postal africano, a fin de armonizar las políticas y los reglamentos que conducen al desarrollo duradero del sector.

En su mensaje a la UPAP, el presidente de Tanzania, Jakaya Kikwete, declaró que su país, al acoger la sede de la organización, garantizaba el objetivo de los padres fundadores de Africa, que consiste en construir una Africa desarrollada e integrada. Dijo que su país apoyaba los esfuerzos de la Unión con miras a desarrollar los servicios postales en el continente. «A fin de realizar este objetivo, importa asegurar servicios postales a precios abordables, fiables y eficaces», declaró.

Edouard Dayan, director general de la UPU, declaró en su mensaje que el tema del 30º aniversario de la UPAP que versa sobre la manera de colmar la brecha digital constituye un desafío para los servicios postales del mundo entero. «Los servicios postales tienen un gran potencial para colmar esta brecha, actuando al mismo tiempo de palanca del desarrollo económico y social en Africa.»



Sellos egipcios de premios Nobel emitidos con ocasión del 30º aniversario de la UPAP.

La secretaria general de la UPAP, Rodah Masaviru, estimuló a los miembros de su organización a reforzar la unión restringida, a fin de posicionarla mejor a nivel internacional como organización capaz de representar, con una sola voz, los intereses de África y construir puentes con copartícipes internacionales, que puedan acelerar el desarrollo del correo en el continente.

«En esta era digital, los servicios postales pueden ser importantes agentes de cambio especialmente en el seno de las comunidades mal atendidas en zonas rurales y urbanas», declaró. Con ocasión del 30º aniversario de la UPAP, varios Países miembros de la organización emitieron sellos en honor a los africanos galardonados con premios Nobel. El Nobel de la paz, la ambientalista keniana Wangari Maathai, y el hijo del nigeriano Wole Soyinka, Nobel de literatura, estuvieron presentes en la ceremonia de apertura.

Errata: en el último número de *Union Postale*, el nombre del país del ganador de uno de los premios a los participantes en el sondeo de opinión debió figurar como Antigua República Yugoslava de Macedonia, y no Macedonia.

Reglamentación

Objetos falsificados en lista de objetos prohibidos

A partir del 1º de enero de 2010, el Reglamento de Envíos de Correspondencia de la Unión Postal Universal dispone que la lista de objetos prohibidos incluya los artículos falsificados o pirateados que no pueden enviarse por correo. Así lo decidió el Congreso Postal Universal de 2008. Asociado generalmente al mercado de artículos de lujo, el problema de la falsificación y la piratería se agravó seriamente desde que las ventas en línea se volvieron moneda corriente. Esto abarca también otras mercaderías, como medicamentos, juguetes y las del rubro textil, y repercute directamente en la salud de la población, los puestos de trabajo y la economía. El Correo ha sido una víctima más de esta práctica a través, por ejemplo, de la falsificación de sellos.

En 2009, el Correo de Francia, Vicepresidente del Grupo «Aduanas» de la UPU, lanzó una iniciativa mundial destinada a llamar la atención sobre los envíos falsificados. Con ocasión de la primera Conferencia internacional sobre flete y falsificación postal, realizada en París en noviembre de 2009, reunió a 40 operadores postales, 10 organizaciones internacionales – entre las que se contaba la UPU, la Organización Mundial del Comercio y autoridades aduaneras.

A nivel nacional, el Correo de Francia introdujo el año pasado una serie de medidas destinadas a prevenir la inclusión de productos falsificados en el flujo de correo. Una de

ellas consistió en producir un filme de sensibilización a la clientela que fue difundido a través de pantallas instaladas en más de 1.600 oficinas de Correos. La presencia de funcionarios de la Aduana en los centros de clasificación postal equipados con herramientas informáticas aumentó en un 155% el número de objetos confiscados: 623.028 en 2008 contra 244.095 en 2007.

En lo que respecta a la UPU, el debate de iniciativas mundiales para aumentar la sensibilización sobre productos ilegales en el correo se instaló en el Consejo de Explotación Postal. Sus grupos «Aduanas» y «Seguridad» dirigieron un proyecto piloto en el aeropuerto de Milán en 2009. Tenía como objetivo definir el papel de los servicios postales en la identificación de envíos falsificados. Como resultado, quedó demostrado que solo las autoridades aduaneras y los titulares de los derechos de propiedad intelectual tienen competencia para declarar un artículo como falsificado o pirateado. A su vez, el Correo solo puede proveer la información obtenida a fin de ayudar a los funcionarios aduaneros en el proceso de evaluación de riesgos y amenazas. Además, los operadores postales pueden utilizar los datos que figuran en la fórmula CN 15 – declaración de aduana obligatoria – para identificar el país de origen de las mercaderías que no respetó las prohibiciones y restricciones vigentes en el país de destino. **RL (Sobre un artículo redactado por La Poste (Francia))**



.....
Fritzner Bernadel, director de finanzas, Marie-Claudine Gaston, secretaria, y Margarete Emile, directora general de Haiti Post, en el lugar donde estaba situada la oficina principal de Puerto Príncipe.

Unidos para ayudar a Haití

.....
Expertos postales se han trasladado a Haití para ayudar al arranque de sus servicios postales, paralizados desde el 12 de enero por el devastador terremoto de 7 grados en la Escala de Richter.



«El pueblo de Haití nos necesita. Abrir otro eslabón más de comunicación con el mundo exterior, significará mucho para sus ciudadanos», dijo Jimmy Ortiz, coordinador regional de la UPU, durante su visita a Haití a principios de febrero. El Sr. Ortiz formaba parte de un equipo internacional enviado allí por la Unión Postal Universal (UPU), United States Postal Service (USPS) y la Unión Postal de las Américas, España y Portugal (UPAEP) para valorar sobre el terreno cómo restablecer cuanto antes el servicio postal.

Ese eslabón pronto se hará realidad ya que los servicios postales están listos para reiniciar su trabajo muy pronto. Expertos de Canadá, Francia y Senegal llegaron también a la capital, Puerto Príncipe, a mediados de marzo para una estancia de seis semanas con objeto de ayudar al Correo de Haití a volver a la normalidad. Unos 600 empleados postales – sólo en la capital hay 350 – estaban esperando volver al trabajo.

Una estructura portátil de 600 m² donada por la UPU se está instalando en 6000 m² de terreno que el gobierno de Haití ha reservado para el Correo en las cercanías del aeropuerto. El aeropuerto está abierto de nuevo a los vuelos comerciales, lo que hace factible recibir y despachar el correo paralizado tanto en Haití como en otros países desde que ocurrió la catástrofe. En un futuro inmediato, esta estructura, portátil pero lo suficientemente fuerte, será la principal oficina de cambio del país. El correo de llegada y de salida pasará a través de ella. También se están instalando apartados tanto para el correo que recibe el gobierno como para el de muchas organizaciones humanitarias y de las Naciones Unidas que se encuentran sobre el terreno. Un servicio de *poste restante* (Lista de Correos) permitirá a la gente recoger su correspondencia. Las autoridades utilizarán la radio para informar a la población sobre los servicios postales disponibles.

El terremoto dejó prácticamente inutilizada la red postal. Al menos cuatro empleados perdieron la vida y muchos otros a miembros de su familia y amigos. En Puerto Príncipe, la oficina principal -el edificio que albergaba las instalaciones de EMS- y otras cinco oficinas se vinieron abajo. Tres oficinas más alejadas también resultaron dañadas pero quedaron operativas. La flota de vehículos del Correo en el área metropolitana – cuatro vehículos, más de 20 motocicletas y otras tantas bicicletas – se ha perdido. Y no porque fuera destruida por el terremoto sino porque fue robada o destrozada por el vandalismo que se produjo tras la catástrofe; muchas personas se dedicaron al pillaje en los edificios abandonados para apropiarse de todo lo que pudieran encontrar.

Prioridad del Gobierno

El equipo internacional de la UPU supervisa la instalación de la nueva oficina de cambio y coordina las operaciones postales con el personal del Correo de Haití. Estos expertos también ayudan a los empleados a prepararse para el reinicio de las operaciones postales y los entrenan al efecto. Esperan abrir al menos dos oficinas más en la capital para que actúen como depósito de correspondencia y puntos de entrega, ofreciendo tam-

bién servicios básicos como la venta de sellos. Se proporcionará transporte entre el centro de clasificación del aeropuerto y estos puntos de contacto.

Una de las prioridades del gobierno de Haití ha sido la de reiniciar los servicios públicos cuanto antes y, en este sentido, recibió con los brazos abiertos la rápida respuesta de la comunidad postal internacional tras el terremoto. Según Rudy Cuadra, jefe de programa para América Latina y Sudamérica – quien también se trasladó a Haití a primeros de febrero – la Ministra de Comercio, Josseline Colimon Féthière, dijo que estaba impresionada por la rápida respuesta de la comunidad postal en socorro de los servicios postales de Haití.

Rápida respuesta a la llamada de socorro

La prioridad en los días inmediatos a la catástrofe era la de ayudar a las víctimas; la comunidad postal internacional respondió rápidamente a las peticiones de ayuda humanitaria, conmocionada por la tragedia que se desarrollaba ante sus ojos. Deutsche Post's DHL envió inmediatamente su equipo de emergencia a Santo Domingo y luego a Puerto Príncipe para ayudar a hacer inventario, cargar y descargar de los camiones la ayuda recibida. USPS y Canada Post ofrecieron enviar una docena de camiones y furgonetas, así como casilleros de clasificación, oficinas móviles y otros equipos. La Poste francesa emitió un sello que genera ingresos para la Cruz Roja con objeto de ayudar al país devastado. Otros Correos, entre ellos el de España y Mauricio, también consiguieron fondos a través de sus respectivas organizaciones de la Cruz Roja. El Correo de la República Dominicana recibió diversas donaciones con destino a Haití, entre ellas cerca de 800 kilogramos de mercancías no perecederas procedentes del Correo de Colombia.

Diversos Correos han ofrecido equipos y donaciones financieras. Hasta el momento, la República de Corea ha entregado 100.000 dólares USA de sus créditos del Fondo para la Calidad de Servicio. El Fondo para la Calidad de Servicio de la UPU ayuda a los países en desarrollo a financiar proyectos para mejorar la calidad del servicio postal universal. El donativo de Corea del Sur permitirá a la UPU adquirir vehículos para ayudar al Correo de Haití a restablecer la red básica de transporte. Asimismo, Poste Italiane, Belgium Post, la Unión Postal Panafricana y los correos de Portugal y Argentina han entregado fondos por un total de unos 100.000 dólares USA.

Desde la sede de la UPU en Berna, una *taskforce* compuesta por representantes de la Oficina Internacional, República Dominicana, el Correo de Haití, USPS, Canada Post, La Poste, francesa, Correos de España, UPAEP y la Unión Postal del Caribe coordina esta actuación mundial de solidaridad postal. Los fondos donados por los países y los provenientes del presupuesto de la UPU han permitido a este equipo desarrollar un proyecto de ayuda urgente por valor de 200.000 dólares USA con objeto de enviar expertos internacionales al país caribeño y adquirir los equipos postales más necesarios y los vehículos para ayudar al Correo a volver sobre sus pasos. Desde mesas de trabajo hasta puestos de clasificación

.....
Por
Rhéal LeBlanc

.....
Fotos:
Sophia Paris



.....
Empleados de correos proporcionando servicios básicos, como la venta de sellos, en el domicilio de la directora general.

así como sacas y soportes para las mismas, carteras de reparto o baterías, Haiti Post necesita todo. Los materiales y equipos donados serán distribuidos sobre el terreno por el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), agencia hermana de la UPU.

Modernización de los servicios

Además, la Cooperativa Telemática de la UPU ha decidido liberar a Haití del pago de sus deudas e incluso proporcionará al Correo sin coste alguno, durante los próximos cinco años, el programa International Financial System, lo que facilitará la provisión de servicios postales financieros, entre ellos las transferencias de dinero.

El volumen de correo de Haití ha sido siempre modesto. Antes del terremoto, procesaba unos 1.000 envíos a la semana. Pero, tras la tragedia, la comunidad postal internacional espera poder ayudar con todas sus fuerzas a mejorar los servicios postales y así garantizar plenamente la satisfacción de las necesidades de la población y contribuir a revitalizar la economía.

«Tenemos la oportunidad de ayudar al Correo de Haití a reconstruir y modernizar sus operaciones y actividades para que pueda jugar un papel más importante en la revitalización de la economía», ha dicho Edouard Dayan, director general de la UPU. «Con cerca de un millón de haitianos residiendo en Estados Unidos, 130.000 en Canadá, 80.000 en Francia y otros muchos repartidos por todo el mundo, el restablecimiento de los servicios postales en Haití contribuirá a estimular la economía y a aliviar las dificultades de sus habitantes».

Frank Silva, uno de los inspectores postales del Correo de Estados Unidos que se desplazó a Haití con otros cinco colegas para valorar la situación, se ha referido a las reacciones sorprendentes con las que el equipo se encontró en momentos en los que la ayuda humanitaria era, obviamente, la prioridad más importante. Pero Silva explicó que el correo sería de suma importancia a la hora de reconstruir el país. «Restaurar los servicios de correo es tan esencial como abrir los bancos y volver a disponer de electricidad,» insiste Silva. «Mucha gente no se da cuenta de lo importante que es el correo, especialmente en las áreas rurales donde los supervivientes dependen de él para recibir envíos desde el extranjero».

Según otros miembros de la misión, el Gobierno está deseando rehabilitar el servicio de paquetería tan pronto como sea posible, dado el número de emigrantes haitianos que quieren ayudar a sus familias con sus envíos.

Las preparaciones para una segunda conferencia internacional dedicada a la reconstrucción de Haití en Nueva York a finales de marzo están en marcha. En este sentido, la UPU y sus países miembros harán lo necesario para asegurar que no se olvide la infraestructura postal.

También a finales de marzo, miembros de la *task-force* de la UPU han planificado una reunión en la vecina República Dominicana invitados por Modesto Guzmán, máximo responsable de su Correo, para determinar la mejor forma de ayudar al Correo de Haití a modernizarse.



Viviane Vincent, de 78 años, vive con la directora general Emile tras perder a su hija, que trabajaba en el Correo.



Estos empleados del correo que perdieron su casa, también viven en el jardín de Emile bajo un toldo impermeable.



Representantes de la UPU e inspectores del servicio postal de Estados Unidos visitaron Haití en febrero.



Emplazamiento de la nueva oficina temporal de Correos en el parque SONAPI.



«El Correo renacerá de sus cenizas»

Entrevista con la directora general del Correo de Haití

Por
Rhéal
LeBlanc

Fotos:
Sophia Paris

En un típico día cálido y soleado de finales de febrero en Haití, *Union Postale* habló con Margarete Emile, directora general del Correo haitiano. Ese día los rayos de sol se percibían incluso en su voz. Tras varias semanas de muchas dificultades, la directora general empezaba a ver la luz al final del túnel. Días antes, había recibido a los expertos postales de varias zonas del mundo y ya estaba en marcha un plan para reiniciar los servicios de correo. Todos los expertos estuvieron de acuerdo en afirmar que la Sra. Emile fue un auténtico pilar durante la dura prueba a la que fue sometido su país. Todavía el polvo del terremoto no se había aposentado cuando ya estaba tratando de recobrar todo el correo posible de entre los escombros, poniéndolo a buen recaudo en su domicilio y acogiendo en su propia casa a una docena de empleados postales golpeados por la catástrofe, entre ellos una mujer que perdió a su madre y a su hermana cuando su casa se derrumbó. El inspector Frank Silva se emocionó con su generosidad. «A pesar de vivir en una zona también asolada por el desastre, cada mañana estaba lista, inmaculadamente vestida, para ocuparse de sus responsabilidades profesionales y al mismo tiempo cuidar a la gente que acampaba en su jardín. Esta mujer demuestra tener un gran corazón».



Emile toma nota de los nombres de los empleados de correos que esperan reintegrarse a su trabajo.

¿Cómo calificaría usted el apoyo recibido de la comunidad postal internacional?

Margarette Emile: No hay palabras para describir este acto de solidaridad. Nadie se imaginaba que el Correo fuera una familia tan unida. Ninguna institución pública [en la capital] ha recibido tanto apoyo, y esta es una ciudad que está devastada. Antes [de la catástrofe], al servicio postal se le miraba un poco por encima del hombro. Hoy, las autoridades ven al Correo de manera diferente y están comenzando a comprender su importancia. Estamos en un momento decisivo en la vida postal de Haití.

¿Tiene esperanza para el Correo?

Creo firmemente en su futuro. Antes no veíamos la luz al final del túnel. Hoy, los empleados postales ven [tras esta tragedia] un comienzo positivo.

Mientras espera el reinicio de los servicios ¿Cómo es para usted el día a día?

No estamos de brazos cruzados, desde luego [risas]. Hoy [19 de

febrero], por ejemplo, vamos a comenzar a trabajar en el terreno que el Gobierno nos ha donado en el parque industrial SONAPI. Tengo que estar allí dentro de una media hora porque la empresa que hemos contratado comenzará a levantar una valla de seguridad alrededor de la estructura portátil que vamos a instalar para iniciar las operaciones postales.

¿Cómo va a ir reintegrando en el trabajo a los 350 empleados de Puerto Príncipe?

Primero trabajaremos con un equipo reducido en la oficina de cambio del parque SONAPI. Haremos turnos para utilizar el mayor número de trabajadores posible. Luego, una vez que comprobemos que las pocas oficinas que quedan en pie en los alrededores de la capital son seguras y estén operativas de nuevo, enviaremos a algunos empleados a trabajar en ellas.

Modesto Guzmán, el director del Correo dominicano, vino a verla pocos días después del terremoto. Hábleme de la visita.

Modesto Guzmán es como un hermano para mí. ¡Me apoyó tanto! Su ayuda no tiene precio. El terremoto tuvo lugar el martes 12 de enero y Modesto estaba en mi casa el sábado. Trajo cosas tan esenciales como agua, medicinas y ropas. Una semana más tarde, envió un equipo con más suministros. Nunca lo olvidaré.

¿Cómo ve el futuro de los servicios postales de Haití?

Estoy segura de que al Correo le espera un futuro brillante. Quiero decir a todos los haitianos que el Correo no está muerto. Tenía que suceder esta tragedia para que el mundo se diera cuenta de la importancia de los servicios postales. En la calle, la gente me pregunta dónde puede encontrar una oficina de correos o cuándo comenzaremos a funcionar otra vez. El Correo renacerá de sus cenizas y será más moderno que nunca. Debemos dar cumplida respuesta a estas expectativas.

Confianza en los servicios financieros de India Post



Barat Tiwari guarda sus ahorros en el Correo.

Por
Monika
Kugemann

Fotos:
Simon
de Trey-White

En India, los servicios postales financieros van de la mano de las medidas del Gobierno para promover la inclusión financiera. Esta colaboración es de gran ayuda para asegurar que la gente con pocos recursos no esté excluida de los productos básicos, como por ejemplo las cuentas de ahorro.

Cubrir la última milla es uno de los mayores retos del compromiso de los Gobiernos para reducir la pobreza. La exclusión financiera no es sólo un síntoma de pobreza, también puede ser su causa. Como los que no tienen acceso a una cuenta corriente en un banco no pueden ahorrar, se vuelven vulnerables para los prestamistas y a menudo no reciben de manera regular salarios o pensiones. La buena noticia es que el Correo puede ofrecer soluciones a la población sin acceso a los servicios bancarios, como muestra el ejemplo de India.

El banco central de la India ha utilizado el Correo durante los últimos años como punto de entrega para los beneficiarios de la seguridad social así como para el pago de salarios y pensiones directamente en las cuentas postales. Esta decisión ha detenido considerablemente los efectos de la corrupción en el camino que recorren los fondos desde el pagador al receptor – un problema importante en muchas economías emergentes. «En India, el dinero llega por primera vez intacto al individuo al que va destinado», asegura Sandip Ghose, director regional del *Reserve Bank of India* para el Norte del país.

El banco central de la India ha elegido a *India Post* como socio preferente en su desarrollo de la inclusión financiera, por varias razones. Con sus 155.000 oficinas, 139.173 de las cuales están situadas en áreas rurales, *India Post* tiene todo el potencial para llegar a la población financieramente excluida, buena parte de ella formada por los agricultores. Las 33.800 sucursales bancarias situadas en zonas rurales están concentradas en su mayor parte en lugares concretos, cubriendo no más del 5,2 por ciento de los 650.000 pueblos y aldeas de India. Por otra parte, *India Post*, además de tener una enorme capilaridad a menudo es la única institución que ofrece cuentas de ahorro a aquellos que tienen rentas bajas. Durante los dos últimos años, ha abierto 35 millones de cuentas de ahorro sin requisitos financieros de ningún tipo para los que no tienen acceso a los servicios bancarios.

El Gobierno utiliza también las sucursales del Correo para la distribución de moneda en las áreas rurales, donde el 85 por ciento de las transacciones todavía se hace en dinero efectivo. «Nuestra asociación con *India Post* comenzó hace unos siete u ocho años, cuando había una gran carencia de moneda en las áreas rurales», explica Ghose. «Las oficinas de correos recibían una comisión por distribuir monedas y billetes en buen estado».

Otra razón por la que el banco central eligió a *India Post* fue su cercanía a los clientes. «Los directores de las oficinas rurales proceden del mismo pueblo y conocen a todas las personas de la comunidad», dice Shukadev Samant, miembro del consejo de administración de *India Post*. «Nuestro Correo fomenta el empleo de personas locales en las oficinas rurales, adopta horarios flexibles para adaptarse a la comunidad y organiza sus actos promocionales durante las fiestas del lugar». Algunos directores de estas oficinas rurales permanecen en sus puestos durante 15 o 20 años lo que les permite ayudar al Gobierno a verificar pruebas de identidad, una de las condiciones previas para abrir una cuenta.

Con la mano tendida

El banco central ha estado muy implicado en la inclusión financiera desde 2005. Debido a la concentración de la pobreza en las áreas rurales el Reserve Bank [banco central] se ha dedicado a promover el acceso financiero en dichas zonas. Para ello ha creado cuentas básicas y tarjetas de crédito especialmente dirigidas a la población agraria. «En primer lugar vino este cambio de mentalidad: todo el que lo desee puede abrir una cuenta, incluso si no tiene dinero. En segundo lugar, expandimos el acceso a las tarjetas de crédito», recuerda Ghose.

Uno de los mayores problemas en la India rural es que la población no está acostumbrada a los bancos oficiales y acude a los prestamistas locales cuando necesita dinero. «Los prestamistas están deseando darte dinero si dispones de garantías en forma de tierras, casa, joyería o ganado. Y, por supuesto, cargan un interés muy elevado», dice Ghose. Temiendo por su sustento, los agricultores sólo acuden a los prestamistas en ocasiones muy especiales, como emergencias médicas, bodas de sus hijos o ceremonias religiosas. Como los bancos tradicionales no dan créditos para este tipo de gastos, el banco central emitió una «tarjeta de crédito *Kisaan*» para los agricultores, diseñada para permitirles tomar dinero prestado precisamente en estas circunstancias.

Sin embargo, dos años después de la introducción de las cuentas básicas, el Reserve Bank descubrió que muchas de ellas todavía tenían un balance cero ya que los tenedores de dichas cuentas seguían realizando la mayoría de las transacciones en dinero efectivo. Llevar el dinero encima o guardarlo en la casa es poco seguro e inhibe el ahorro –un aspecto vital de la inclusión financiera, según explica Ghose: «Los ahorros son la mayor protección que puede tener una persona financieramente excluida».

En vista del papel crucial que juegan los ahorros, el banco central decidió colaborar con *India Post* en 2006. El Correo indio tiene a sus espaldas una larga historia como institución de ahorro (desde 1882). «Estamos ayudando al Correo a ser parte activa del sistema de pagos y liquidaciones para que la gente no tenga que hacer las transacciones sólo en dinero efectivo y pueda utilizar diferentes instrumentos, como cheques, giros y tarjetas», dice Ghose.

Objetivo: los pueblos

Las cuentas de ahorro son el servicio financiero de *India Post* con más éxito hasta la fecha y también uno de sus productos más flexibles, afirma A.S. Prasad, subdirector general de servicios financieros. «Tenemos planes de ahorro para los jubilados, cuentas de ingresos mensuales, y productos de inversiones a largo plazo». Los planes del Correo pasan por incrementar sus cuentas de ahorro y pasar de un total de 220 a 350 millones en los próximos dos años. Samant añade: «Estamos promocionando el concepto de *Bachat Village* o *Savings Village* para lograr que exista, al menos, una cuenta de ahorro postal por cada núcleo familiar».

Muchos pueblos de la India ya ha alcanzado este objetivo y sirven de modelo a otras comunidades. El

Correo también aspira a proporcionar a la población rural otros servicios básicos financieros como por ejemplo actuar como agente para otros bancos. «Los financieramente excluidos tendrán a su disposición un ramillete completo de servicios financieros», afirma Prasad. El objetivo principal de *India Post* es hacer sostenible la vida de los clientes desde un punto de vista financiero. Creemos que esto se puede conseguir respondiendo primero a las necesidades básicas – por ejemplo, facilitando el acceso a los servicios de remesas y a los pagos de la seguridad social – y más tarde ofreciendo oportunidades para el ahorro y los seguros.

Proporcionar a la población rural un primer punto de entrada en el mundo financiero, así como incluir a los agricultores como público objetivo, tiene además ventajas para *India Post*. «Una lección muy valiosa es ser consciente de las ventajas comerciales que tiene para el Correo el ofrecer cuentas de ahorro y seguros a las comunidades rurales», asegura Samant. «En las zonas rurales, la actividad económica aumenta cada día y hay más ámbito y oportunidades para los productos relacionadas con el ahorro, los seguros y la gestión de recursos. El Correo desarrolla un papel importante en la expansión del mercado a este tipo de servicios».

Salarios y microcréditos

India Post es también vital a la hora de distribuir beneficios sociales a la población rural. «El Correo es el socio más importante del Gobierno en el *National Rural Employment Guarantee Scheme* [NREGS]», afirma Ghose. Operativo desde 2006, el plan garantiza al menos 100 días de salario por año a cada familia rural cuyos miembros adultos se presenten voluntarios para realizar trabajos manuales no cualificados. NREGS cubre todos los distritos rurales y paga los salarios a través de cuentas postales o bancarias.

India Post controlaba el 46,13 por ciento de todas las cuentas del NREGS en 2009 (35,46 millones de cuentas), con 93.301 oficinas de correos distribuyendo a través del programa más de 765 millones de dólares USA. «Al trabajador se le abre una cuenta en la que se le ingresa su salario», explica Prasad. «El trabajador puede retirar el dinero en cualquier oficina postal cercana a su casa». Como los haberes se abonan directamente en las cuentas postales, llegan sin interferencias a los beneficiarios. El Gobierno indio ha comenzado también a utilizar estas cuentas para pagar otros planes de la seguridad social, como las pensiones a los jubilados y otros beneficios sociales.

El Correo considera la distribución de beneficios sociales como un medio de optimizar su red postal y de cumplir con el mandato de servicio público. En septiembre de 2009, le fue concedido el *Financial Advisor Award* de la CNBC por utilizar de manera eficaz su red para promocionar la inclusión financiera de las pequeñas comunidades. El canal de TV entrega el premio cada año para honrar a los mejores asesores financieros del país por su contribución a la creación y la preservación de la riqueza. Fue también la primera vez que lo ganó un órgano gubernamental.

Los microcréditos son otro instrumento importante para la inclusión financiera de la población rural junto con los pagos de la seguridad social y los productos de ahorro. Por esta razón, *India Post* ha firmado un acuerdo con el *National Bank for Agriculture and Rural Development* (NABARD) para distribuir pequeños créditos a los denominados *Self Help Groups* (Grupos de Auto Ayuda) en la India rural. Esta colaboración ha contribuido a desarrollar alternativas a los créditos institucionales, mejorando el acceso al crédito de los más desfavorecidos. Cerca de 2.000 oficinas de correos están aplicando este plan en nueve distritos del estado de Tamil Nadu desde 2006, con un fondo rotatorio de 10 millones de rupias.

Los microcréditos del NABARD son especialmente importantes para las mujeres del mundo rural quienes, en su entorno patriarcal, a menudo carecen de recursos para desarrollar sus propias pequeñas empresas. Hasta el momento, unas 54.000 mujeres han utilizado este plan, que les permite identificar sus necesidades financieras, administrar sus ahorros y explorar oportunidades para generar ingresos. *India Post* ha garantizado 26,4 millones de rupias en préstamos a 2.842 Grupos de Auto Ayuda, 115 de los cuales han devuelto ya totalmente sus créditos.

Educación financiera

Pero el Correo puede hacer todavía más por la inclusión financiera de la población rural, afirma el banco central. Como muestra la experiencia de este último, la mera provisión de productos financieros dirigida a los agricultores a menudo no es suficiente para promover la inclusión financiera de manera eficaz. «A través de nuestra práctica hemos comprobado que facilitar el acceso no es sólo útil para la inclusión financiera sino también para proporcionar conocimientos sobre los servicios financieros básicos», explica Ghose. Junto con los *Financial Literacy Counselling Centres* y los *Rural Entrepreneur Development Kiosks*, el Gobierno ha designado a las oficinas de correos como puntos fundamentales de contacto para la educación financiera. «El Correo puede convertirse en la mayor organización difusora de la cultura financiera», dice Ghose.

El toque personal que supone realizar transacciones en una oficina de correos proporciona a los clientes sin conocimiento previo la comprensión de los diferentes servicios financieros. «Para la gente que no tiene conocimientos financieros, es cada vez más difícil acceder a ese tipo de productos porque no conoce su utilidad», afirma Ghose. Los bancos difícilmente tienen hoy contacto directo con los clientes, mientras que los Correos pueden dedicar tiempo a explicar los diferentes productos, y continúa: «En contraste con el banco virtual, los Correos tienen un rostro, alguien con el que puedes hablar y clarificar tus dudas».

Los jefes de las oficinas rurales de correos son a menudo las únicas personas que saben leer y escribir en los pueblos y son candidatos de primera clase para encargarse de la educación financiera de los lugareños. Sin embargo, algunos necesitan más formación para transmitir eficazmente sus conocimientos financieros.



«Dentro del propio Correo, el aprendizaje de este tipo de temas está limitado al producto que la sucursal postal está comercializando», explica Ghose, quien tiene larga experiencia en capacitar al personal directivo de los bancos comerciales del sector público de la India.

Seminario de la UPU

Proporcionar una preparación adecuada es una cuestión que India Post aborda actualmente. El seminario sobre inclusión financiera organizado en Berna (Suiza) por la Unión Postal Universal y la Alianza para la Inclusión Financiera, proporcionó ideas y material al efecto. El evento, de dos días de duración, subrayó el papel fundamental que juega la educación financiera a la hora de hacer realidad la inclusión financiera. Como resultado, altos representantes de *India Post* se dirigieron al banco central, expresando su interés en desarrollar la formación integral de sus empleados con la cooperación de éste último. El banco está ahora en el proceso de crear módulos de capacitación para empleados postales, mientras que *India Post* ha incrementado estas actividades en las áreas rurales. «Estamos ocupados en desarrollar en gran escala los conocimientos de los jefes de las oficinas rurales de correos tanto en los aspectos profesionales como en los sociales», dice Samant.

El seminario no sólo alentó a *India Post* a fortalecer sus iniciativas en lo que respecta a la educación financiera, también ha dado nuevos ímpetus al compromiso del banco central con la inclusión financiera. «Para mí,

esta reunión de Berna fue una experiencia única, en la que obtuve información de primera mano de lo que está ocurriendo en Brasil y otros países que van por delante en este tema – ya sea como bancos postales o como corresponsales», dice Ghose. «Cuando volví a India hablamos de los diferentes modelos presentados para decidir cómo poner en marcha el mejor de cada uno de ellos en nuestro sistema».

Entretanto, *India Post* planifica ofrecer en el año 2011 soluciones que comprenden el procesamiento integral en tiempo real de todas las operaciones de la entidad financiera en 4.000 sucursales. «Nuestra propuesta para convertirnos en un banco está en la fase conceptual», dice Prasad, y explica que las oficinas de correos van a ser totalmente informatizadas y estarán unidas por medio de una red virtual. Una vez vencidas todas las dificultades tecnológicas, y completada la capacitación del personal, las perspectivas de *India Post* en el sector financiero son ciertamente brillantes. Según Ghose: «Ya hoy día, *India Post* tiene depósitos de ahorro de mayor volumen que los de cualquier banco. Su credibilidad y la capilaridad de su red, el respaldo del gobierno, su larga historia como institución, su cobertura – todo esto justifica la creación de un fuerte banco en el futuro».

Monika Kugemann es periodista independiente y reside en Suiza.

Simon de Trey-White es fotógrafo independiente y reside en la India.

La inclusión financiera en marcha



.....
Bharat Tiwari es un guardia de seguridad que reside cerca de la capital india, Nueva Delhi. Ésta es su historia y el porqué de invertir sus ahorros en India Post.

.....
Por
Mridu Khullar
.....
Fotos:
Simon
de Trey-White

Cada día al amanecer, Bharat Tiwari se levanta al tiempo que su esposa y toma su primera taza de té. Es el primero en salir de la casa familiar en Mehrauli para dirigirse a la escuela pública secundaria superior femenina de Saket, un distrito elegante del sur de Nueva Delhi, donde trabaja desde hace diez años. Tiwari, que tiene 55 años, coge un autobús, que le deja a mitad de camino, y allí espera quince minutos hasta que llegue el próximo que le dejará en la escuela antes de que comiencen las clases a las 7.30.

Hace quince años, cuando Tiwari trabajaba en otra escuela perteneciente también al gobierno de Delhi, muchos de sus compañeros hablaban sobre ahorros e inversiones. A Tiwari le interesaba el tema y, tras recibir algunos consejos, decidió invertir 30.000 rupias (652 dólares USA) en un plan denominado *Postal Life Insurance* (PLI) [Seguro de Vida Postal] ofrecido por *India Post*. Otros diez colegas hicieron lo mismo. «Todo el mundo me decía que el PLI era muy bueno, que era mejor que el *Life Insurance Corporation*, que es más popular entre la gente de mi país», afirma Tiwari. «Los que trabajan en empresas privadas no pueden invertir

en el PLI ya que está hecho para empleados del Gobierno».

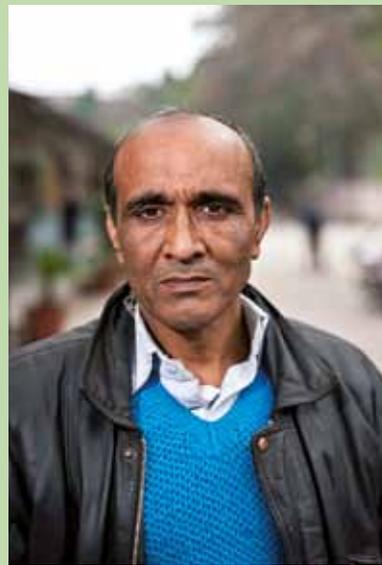
El PLI se creó en 1884 por empleados de todos los departamentos oficiales de India, especialmente de la administración central o del Estado, de los servicios de defensa, los ministerios de correos y telecomunicaciones, los bancos nacionalizados, órganos municipales y locales e instituciones subvencionadas por el Gobierno, como la escuela donde trabaja Tiwari.

Buenos rendimientos

Tiwari afirma que está muy satisfecho de los resultados de la inversión. «Ahora necesitaré el dinero. Dentro de un año o dos, se casará mi hija, y el dinero que he recibido de la inversión en el plan PLI me vendrá muy bien», asegura. «Ahora podré ayudarla».

Durante quince años, Tiwari depositó 155 rupias cada mes en la oficina de correos, una inversión total de 30.000 rupias. El año pasado, en noviembre, finalizó su plan y recibió del Correo un total de 65.130 rupias. «No te enteras de las 155 rupias que tienes que ingresar mensualmente porque es una cantidad pequeña», asegura. «Pero cuando te dan el cheque de 65.000 rupias, son muchas las cosas que puedes hacer con él».

Los hijos de Tiwari – dos chicos y una chica – están todavía estudiando y él dice que el mayor gasto que tiene actualmente la familia es la enorme cantidad de dinero invertida en su educación. El hijo mayor está haciendo un *Master* en Administración de Empresas, y Tiwari paga de 8.000 a 9.000 rupias cada mes. El otro hijo está haciendo un curso de enseñanza a distancia con la *Indira Gandhi National Open University* y, cada seis meses, tiene que pagar por su tutoría. Su hija está todavía en el instituto y, como sus resultados no son muy buenos y no está muy interesada en seguir una carrera académica, a Tiwari le gustaría matricularla en algún tipo de formación profesional cuando finalice sus estu-



Barat Tiwari en su trabajo y junto a la oficina de correos

dios secundarios. Ése será otro gasto potencialmente importante.

«No es fácil para un trabajador como yo vivir en Delhi», dice. «Los precios suben constantemente, no nos llega el dinero para comprar una casa y si quieres que tus hijos reciban una buena educación tienes que pagar para que vayan a instituciones privadas». Las inversiones que ha hecho le han ayudado a conseguirlo. Tiwari ha invertido en una serie de productos, la mayor parte planes ofrecidos por el Gobierno. De todos ellos, los de *India Post*, y especialmente el PLI, son los más sólidos y rentables.

«Si hubiera tenido una póliza por valor de un *lakh* [100.000 rupias], hoy habría recibido 250.000 rupias», asegura. «En aquel entonces yo no entendía mucho de todo esto y tampoco podía invertir esa cantidad de dinero. Pero ahora, invertiré este dinero otra vez, y no sólo lo haré por mi mujer y por mí, sino también por nuestros hijos». Además, recientemente ha visto incrementados sus ingresos, así que Tiwari invertirá bastante más en su futuro.

Además de su empleo en la escuela, Tiwari hace trabajos ocasionales para ganar unos pocos miles de rupias extra cada mes. Nos dice que no puede ahorrar nada de su salario habitual, aunque lo intenta, pero que éste es un asunto muy importante para él. Por eso todo el dinero que consigue con esos trabajos extra o el que proviene de la granja que tiene con su familia en su pueblo natal, en el estado de Bihar, lo ahorra o lo invierte.

La confianza es crucial

Tiwari dice que el 8,5 % de interés que ha recibido del PLI es el más alto que ha visto tanto en planes de inver-

siones del gobierno como privados. Por otra parte, está también la cuestión de la confianza. Aunque obtuviera el doble de interés por parte de una compañía privada, Tiwari dice que no invertiría. «No hay mucha confianza en las compañías privadas», afirma. «No hay garantías y no me atrevo a confiar en ellas. Las empresas están entrando en pérdidas y quiebras y no quiero que el dinero que tanto me ha costado ganar corra la misma suerte». Confía en el PLI porque es un plan de *India Post*. «El otro día visité un banco multinacional muy conocido y me mostraron toda clase de planes, pero yo sólo quiero asumir ese riesgo».

Hay, sin duda, algunos problemas. «Al igual que en la mayoría de los departamentos del gobierno hay un poco de ineficiencia y actitudes laxas», afirma Tiwari. «Nada muy diferente de lo que encontraría en otras organizaciones gubernamentales, pero así son las cosas». El otro día fue a abrir una nueva cuenta con el Correo y le dijeron que volviera al día siguiente. Cuando regresó, insistieron en que volviera más tarde o al día siguiente. «Si hubiera habido una persona que se preocupara por los clientes, yo habría abierto una cuenta en ese momento, pero no pude. Habría ahorrado de 500 a 1.000 rupias en esa cuenta cada mes. Pero esto es lo que hay. Y si no tienes conexiones, a veces es difícil hacer algo tan sencillo como abrir una cuenta». Finalmente, cansado de dar vueltas, Tiwari ha abandonado la idea por el momento.

«Sin embargo, no tengo ningún problema con la inversión en el PLI», subraya. «Lo he recomendado a todos los que conozco y justamente el mes pasado, mi sobrina, aconsejada por mí, suscribió también un plan».

Mridu Khullar es periodista independiente y reside en la India.

Cómo hacer frente a un doble objetivo

El Correo de la República de Corea se ha volcado en los últimos años en la asociación con otros operadores postales nacionales en su negocio de seguros. El director general de oficinas, Kee-Deok Kim, explica cómo *Korea Post* se enfrenta a sus responsabilidades empresariales y sociales.

Por
Faryal Mirza
Fotos:
Korea Post

¿Cuál es el objetivo de forjar alianzas con otros operadores postales?

La demanda de correo internacional aumenta constantemente con el crecimiento de la economía coreana. El volumen de este tipo de correo se incrementa a medida que los coreanos se trasladan al extranjero y las empresas locales expanden sus negocios a los mercados de ultramar. La calidad de nuestro servicio postal depende también de la calidad de los otros Correos. En consecuencia, para que nosotros mejoremos, es esencial que los operadores con los que trabajamos modernicen también sus instalaciones postales y su tecnología. Los recientes asociaciones con otros Correos aseguran la mejora de la calidad de servicio. Hasta el momento hemos firmado Memorandos de Entendimiento (MOUs) con ocho Operadores Designados, entre ellos los de Hong

Kong, Tailandia, Kazakstán y Vietnam.

¿Qué áreas cubren estos acuerdos?

Dado el desarrollo de nuestras tecnologías de la información y la automatización de los procesos postales, nuestro compromiso se centra en estas dos áreas. También estamos muy interesados en las transferencias de dinero a otros países y somos muy activos en los servicios postales de ahorro.

¿Cómo elige *Korea Post* los operadores postales extranjeros con los que desea asociarse?

No tenemos criterios fijados de antemano. Estamos deseando trabajar con cualquier país que tenga los mismos intereses que nosotros: la automatización y el uso de nuevas tecnologías. En la región de Asia-Pacífico, mantenemos encuentros

de manera regular con China, Japón, Kazakstán, Mongolia y Kirguistán. También hemos iniciado programas de intercambio de personal con otros países de Asia para fortalecer la cooperación mutua a través de la Unión Postal de Asia y el Pacífico. Estas reuniones y programas nos han permitido introducir nuestros modernos sistemas postales y nuestros servicios postales avanzados en otros Correos y, además, compartir información relevante.

¿Cuál ha sido hasta el momento su mayor éxito en términos de cooperación?

Nuestra participación en el *Kahala Posts Group* [que forma parte de la red de servicio urgente EMS]. Somos uno de los primeros miembros junto con Australia, China, Japón, Hong-Kong y Estados Unidos de América. Recientemente se han incorporado Reino Unido, Francia y España. El Grupo ha mejorado considerablemente la calidad de los servicios de EMS que son ahora reconocidos como un servicio «premiun», rápido, seguro y de gran calidad en nuestra región.

Con su participación, *Korea Post* ha mejorado el intercambio electrónico de datos, la atención al cliente y ha optimizado su red de transporte. Actualmente, el 79 por ciento de nuestro volumen de correo de salida circula a través de la red de Kahala.



«La calidad de nuestro servicio postal depende también de los Correos con los que trabajamos»

Esta cooperación ha contribuido a que el volumen de correo de salida y los ingresos de EMS aumenten un 10 por ciento anual desde 2005, cuando se inauguró el servicio Kahala. En 2009, dicho incremento en comparación con el año 2008, fue del 18,5 por ciento en términos de volumen de correo y del 19 por ciento en ingresos.

¿Cuáles son los principales retos a los que hoy se enfrenta Korea Post?

Al igual que les sucede a otros Correos, el descenso del volumen de cartas se ha convertido en uno de los aspectos que más nos preocupa. Por otra parte, como organización dependiente del Estado – *per se* siempre menos flexible – no es fácil para Korea Post reducir el número de empleados y/o reubicar la mano de obra. Además, con la entrada de integradores en la industria postal, los servicios de EMS y de entrega de paquetes puerta a puerta se enfrentan a una competencia cada vez mayor.

Para afrontar estos retos, estamos realizando una serie de cambios. En lo que se refiere a las cartas, nos centramos en el correo híbrido y en el marketing directo. También nos concentramos en los servicios de paquetería puerta a puerta. Por el momento, estamos teniendo éxito con esta estrategia. También tratamos de incrementar el volumen de correo no sólo mediante alianzas con empresas que realizan ventas a través de internet para la entrega de sus envíos sino también mediante nuestra propia tienda on-line.

Korea Post ofrece también seguros de vida a sus clientes. ¿Por qué?

El objetivo que nos anima es proporcionar un servicio universal que con-

tribuya a la estabilidad económica del país, promueva el bienestar general, y favorezca el desarrollo sostenible de los servicios postales. Tanto la población rural como la de bajos ingresos pueden contratar con nosotros un seguro en condiciones más favorables que las que ofrecen las aseguradoras privadas. Por otra parte, tenemos una red más amplia que la de la competencia. Nuestra cobertura se extiende por todo el territorio nacional.

Desde 1995, Korea Post viene ofreciendo pólizas de seguros gratuitas – el Correo se hace cargo de las primas mediante su fondo de bienestar social – para ayudar a los sectores más desfavorecidos de la sociedad, entre ellos los discapacitados, los huérfanos menores de edad y los hijos de familias monoparentales. Hasta 2008, Korea Post invirtió 15 millones de dólares USA para este propósito y ayudó a unas 100.000 personas. En 2009, apoyamos 17 proyectos con un presupuesto de 3 millones de dólares USA.

¿Se obtienen buenos resultados combinando la oferta de seguros con la de servicios postales?

Nuestras bajas tarifas y buenas prestaciones han propiciado un alto nivel de satisfacción de clientes y usuarios. La cobertura nacional de nuestra red postal nos permite ofrecer servicios sin parangón en cualquier momento y desde cualquier parte. Las cajas de ahorros y los seguros de vida, igual que los servicios postales, precisan de una red con cobertura nacional. Korea Post ofrece todos estos productos mediante una red única, por tanto rentable. Otra de nuestras ventajas es que al ofrecer diversos servicios postales

podemos reducir su coste mediante las economías de escala. En otras palabras, producir varias líneas de producto en una fábrica es mucho más eficiente que producir una línea de producto en cada fábrica.

¿Son muy populares sus pólizas de seguros?

Tenemos un activo total de 23,5 miles de millones de dólares USA (diciembre 2009) y somos el quinto grupo más grande de Corea del Sur, con una cuota de mercado del 6,5 por ciento. Nuestros ingresos por primas ascienden a 6,3 miles de millones y los pagos por siniestros a 4,0 miles de millones. Nuestro activo representa el cinco por ciento del Producto Interior Bruto de Corea del Sur. A finales de 2008, el total de nuestros seguros vigentes ascendía a 108 miles de millones de dólares USA y teníamos 4,5 millones de clientes. En términos generales, una de cada diez personas de este país está asegurada con nosotros.

¿Cómo ve el pueblo surcoreano su Correo?

Lo considera un servicio bien organizado y en el que se puede confiar. En este sentido, le puedo decir que Korea Post ha sido clasificada en el Índice de Satisfacción del Cliente de nuestro país – realizado por una organización independiente (Korea Management Association Corporation) – como el mejor servicio público durante 11 años consecutivos. Nuestro Correo también obtuvo en 2009 el Premio, que otorga la Federación de la Industria de Información de Corea, a la Atención al Cliente por su política de seguridad relativa a la privacidad de la información respecto a sus clientes.

.post se hace realidad

El 11 de diciembre de 2009, pasará a la historia postal como el día «dotpost» (.post): el día en que el dominio de primer nivel de Internet para el sector postal cobró vida. Ese día, la UPU y la Corporación para la Asignación de Nombres y Números en Internet (ICANN, por sus siglas en inglés), firmó el histórico acuerdo en una conferencia de prensa celebrada en la oficina de las Naciones Unidas en Ginebra (Suiza). Se espera que el dominio esté operativo a mediados de 2010. A continuación ofrecemos algunos extractos del evento de Ginebra.

.....
Por
Faryal Mirza

.....
Fotos:
**Keystone/
Martial Trezzini
(MT)**

**Associated Press/
Axel Heimken
(AH)**



.....
**Rod Beckstrom,
presidente y CEO de ICANN**

«Hoy vivimos un momento histórico en el que el mundo virtual se encuentra con el mundo real de la red global. El servicio postal ha entregado información a los habitantes de este planeta durante cientos de años, y la UPU es el líder y la asociación global que ha hecho posible este éxito. ICANN hace lo mismo en Internet. Cómo órgano responsable de la política y administración de todos los nombres y números de Internet, ICANN ayuda a las personas a conectarse en el mundo virtual. Lo realmente apasionante de este anuncio que hoy hacemos juntos sobre el dominio de primer nivel .post es [...] la oportunidad [...] de trabajar con la UPU para conectar dos mundos y ver qué innovación podemos obtener de sus muy innovadores miembros.

Cuando conectamos redes, siempre puede suceder algo nuevo y lo que estamos viendo hoy es una conexión histórica entre la pura red virtual de Internet y la red mundial física y electrónica postal. Lo que sucede cuando se conectan nuevas redes es, a menudo, imprevisible porque lo que se deriva es innovación. Las conexiones están hechas y todas las posibilidades se abren ante nosotros; lo que estamos haciendo aquí es poner las bases para que esas posibilidades se puedan hacer realidad.

La palabra «Internet» fue inventada con el énfasis puesto en «inter»: conectar diferentes redes. En realidad, no es una red sino la interconexión de distintas redes. Recientemente hablé con uno de los arquitectos de Internet, Bob Kahn. Cuando se conectaron las redes, la información fluyó, pero nadie ima-

ginaba en el año 1970 que la red global sería una realidad. El origen estuvo en el CERN, en Suiza, cuando el científico Tim Berners-Lee pensó que necesitaba hacer más fácil el compartir la información a través de Internet. Y cuando esta innovación tuvo lugar, el resultado fue algo verdaderamente explosivo: la red de redes mundial con más de diez mil millones de servicios.

Vemos enormes posibilidades en la ciber-seguridad porque el gran problema es la autenticación o lo que llamamos «spoofing» [falsificación o interceptación ilegal] mediante la cual una parte trata de suplantar a otra u otras. El sistema postal tiene conocimiento real, sobre el terreno, de domicilios y negocios, por lo que puede ofrecer un nivel de autenticación sin precedentes. Las 660.000 oficinas repartidas por todo el mundo son un extraordinario y poderoso recurso que sólo posee el sistema postal.

No soy un experto postal pero soy un estudioso de las redes y un apasionado observador de la innovación. Hay sólo 270 entradas en el mundo, en la denominada zona raíz de Internet en la que la UPU acaba de ingresar. Esto crea enormes oportunidades porque quienes teclean .post saben que están entrando en un lugar seguro».



Edouard Dayan,
director general, UPU

«El mensaje clave durante la crisis financiera fue la desconfianza en las instituciones financieras por parte del consumidor. Observamos que muchas personas retiraron su dinero de los bancos y lo depositaron en el Correo, que tiene una buena imagen en lo que se refiere a la confianza. ¿Por qué decidió la UPU desarrollar el proyecto .post? Porque hoy tenemos la visión, la estrategia y la capacidad para desarrollar diferentes servicios gracias a nuestra profesionalidad y a nuestra red que crece con gran rapidez.

Nuestra intención es construir una red totalmente integrada con tres dimensiones: física, electrónica y financiera. Con Internet, podemos comprar mercancías en cualquier parte del mundo. ¿Pero, podemos recibir mercancías a través de Internet? No. Somos nosotros los que aseguramos que la red logística esté conectada y que nuestros pedidos serán entregados. La confianza es uno de los problemas de Internet pero con .post, tendremos un espacio dedicado al sector postal totalmente seguro, donde podremos identificar a todos los actores de este ámbito».



Massimo Sarmi, CEO, Poste Italiane

«Hoy todos somos testigos de un acontecimiento histórico [...] El telégrafo se inventó a mediados del siglo XIX. Fue la primera transmisión eléctrica de datos. En aquellos tiempos, sólo el operador postal [...] se comprometía a ofrecer comunicaciones seguras, utilizando la tecnología existente que era el telégrafo. Ahora, siglo y medio después, la transmisión electrónica de datos representa el medio más común de comunicación en todo el mundo y contamos con la infraestructura más poderosa que haya existido nunca: Internet. Gracias a la UPU, cooperamos al desarrollo de los servicios .post, que serán interoperables a nivel mundial. Investigadores de todo el mundo contribuirán a la mejora y evolución de la nueva comunicación electrónica proporcionada de ahora en adelante por los operadores postales.

Debemos tener cuidado con las amenazas procedentes de Internet debido a su globalidad. Sólo cooperando a nivel internacional, concentrando la investigación en estos temas y [...] un marco legal, nos permitirá a nosotros, a cada ciudadano del mundo, utilizar estos servicios de modo seguro.

Mi objetivo es seguir siendo una tercera parte de confianza para todas las administraciones, personas y empresas. Si el cliente desea utilizar la comunicación electrónica, tengo que atenderlo. Los servicios electrónicos añaden más valor. Imagínense si, en formato electrónico, se pudiera realmente identificar al remitente, al receptor y el contenido de una carta y proteger dicho contenido con herramientas digitales, como la firma digital, para verificar que ha sido realmente Sarmi, quien firmó el texto.



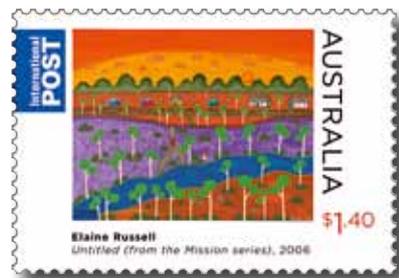
Paul Donohoe,
e-business manager, UPU

«Una de las prestaciones que los países miembros de la UPU esperan de .post es la unión de las direcciones físicas y digitales; es decir, la convergencia de la comunicación física y electrónica. Un modo de utilizar esto es comunicarse electrónicamente con las ubicaciones. En casos de urgencia, los gobiernos podrán usar .post para comunicarse electrónicamente con regiones concretas basándose en la convergencia entre direcciones físicas y digitales.

Hay una comunidad específica a la que .post representará: la comunidad postal que proporcionará servicios mediante los dominios .post, cuya compra se hará de acuerdo a las políticas y los criterios de elegibilidad que la UPU definirá. Allí estarán reunidos gobiernos, reguladores, operadores y empresas privadas del sector reconocidos por la UPU.

[La conferencia de prensa puede visionarse en youtube en: <http://www.youtube.com/UniversalPostalUnion>](http://www.youtube.com/UniversalPostalUnion)

Un importante eslabón de la cadena postal



Joanne (Jo) Bowler es una de las cuatro personas que, por turnos, se ocupan de una máquina clasificadora por códigos de barras en el Centro de Distribución de Frenchs Forest, Nueva Gales del Sur (Australia). Trabaja durante la noche y el año pasado recibió una de las medallas del Bicentenario del Correo Australiano por la excelencia de los servicios prestados.

Por
Australia Post
y Faryal Mirza

Fotos:
Australia Post

¿En qué consiste la rutina de su servicio?

Jo Bowler: Somos un equipo de cuatro personas y cargamos el correo en una clasificadora por códigos de barras. Cambiamos de puesto cada media hora. Apilamos las cartas en la máquina que las clasifica y las entrega en bandejas dispuestas en filas. Hay también mucho que hacer en lo que llamamos el «trabajo casero»; éste consiste sobre todo en preparar las áreas de clasificación para los equipos que clasifican las cartas grandes y las pequeñas.

El ambiente es cordial y estamos siempre dispuestos a ayudarnos. No tenemos que perder de vista los otros lados de la máquina, en caso de que el ritmo aumente y el colega o la colega que ocupa el puesto en ese lado necesite ayuda.

¿Qué importancia reviste su trabajo en el conjunto de las operaciones del correo australiano?

Somos un eslabón importante de la cadena de procesamiento del correo con miras a su distribución. La clasificadora por códigos de barras clasifica el correo en lo tocante a la dirección siguiendo el itinerario del cartero a lo largo de su distribución. Esta clasificación automática es verdaderamente eficaz: la má-

quina clasifica 36.000 cartas por hora.

¿Por qué trabaja usted de noche?

No es que haya pedido específicamente trabajar de noche, pero hago un trabajo que requiere que se trabaje de noche y, como en todos los trabajos, hay detalles buenos y detalles malos. Trabajo de noche desde el domingo hasta el jueves, desde las siete de la tarde hasta las tres de la mañana.

¿Ven ustedes a los encargados de la distribución cuando ustedes terminan su servicio?

Si y tenemos excelentes relaciones con ellos.

¿Qué hace usted cuando termina su trabajo?

Por extraño que parezca, voy directamente a acostarme. Me gusta mucho trabajar en mi huerto y tengo dos perros con los que me gusta salir de paseo. Debido a que trabajo con luz artificial, es muy importante para mí salir durante el día para aprovechar la luz natural. También me gusta coleccionar viejas porcelanas y antigüedades.

¿Cómo consigue usted compaginar su vida privada con su vida profesional?

No tengo ninguna vida social durante la semana. Pero, ahora que los hijos son mayores, puedo satisfacer mis aficiones. Es agradable disponer de las tardes libres cuando los almacenes y otros comercios están abiertos.

¿Cuánto tiempo hace que usted trabaja en el correo australiano y qué puestos ha ocupado?

Trabajo en el correo australiano desde hace ocho años y medio. Empecé en la clasificación, trabajando la mitad del horario durante dos años. Este ya era un trabajo de noche. Entonces comenzaba a trabajar a las 2 h 30 de la mañana. Más tarde reemplacé a alguien que se iba de vacaciones y trabajaba en una clasificadora automática. Después de este reemplazo, me propusieron el puesto a tiempo completo que ahora ocupó.

¿Qué otros empleos ejerció usted antes de ingresar en el correo australiano?

Trabajé durante ocho años en un banco, en la gestión de las cuentas de clientes, y también para una compañía local de electricidad. Tengo dos hijas, y por eso fui tam-

Australia Post



bién ama de casa durante no pocos años.

Describe usted su vida fuera del trabajo.

Tengo 51 años y debo decir que trabajar en la clasificadora me mantiene en forma: este es un buen ejercicio cotidiano. Mis dos hijas ya no están en mi casa. Una de ellas vive en Melbourne y la otra en Dubai. Ya he ido a visitar a la que vive en Melbourne – ¡Un viaje extraordinario! – y espero poder ir a visitar dentro de poco a la que vive en Dubai. Personalmente, me crié en Manly, cerca de Sidney; es un lugar magnífico y la playa dista sólo unos minutos a pie.



El Correo australiano celebró su 200 aniversario en 2009. Con cerca de 45.000 trabajadores, es una de las empresas generadora de empleo más importantes del país. Opera una red de 4.433 locales, incluyendo cerca de 3.000 oficinas de Correos con licencia, 140 centros de negocios postales, una flota de más de 10.000 vehículos y 16.055 buzones en las calles. Cada día laborable, el operador trata aproximadamente 21,5 millones de envíos. Posee el recorrido postal más extenso del mundo: 3.000 km de largo desde Port Augusta en el Sur de Australia hasta Queensland en el Centro-Sur. Pero este recorrido entrega correo en apenas 88 direcciones. Cada año se emiten en Australia alrededor de 500 millones de sellos. El Correo ofrece servicios postales tradicionales a clientes privados y de negocios. También trata cerca del 93% de las solicitudes de pasaporte australiano dirigidas al Departamento de Asuntos Exteriores y Comercio. Además, ofrece seguro de automóviles. A nivel internacional, el operador ha participado en numerosas *joint-ventures*, entre ellas con el Correo de China. Como Sai Cheng Logistics International brinda soporte en la cadena de gestión y servicios de logística entre China, Australia y el resto del mundo.

Cifras y datos

Australia

Población:	21 262 641 (Est. julio de 2009)
Superficie:	7 741 220 km ²
Idioma:	Inglés
Moneda:	Dólar australiano
PBI per cápita:	USD 38.500 (Est. de 2009)
Principales industrias:	minería, equipos industriales y de transporte, procesamiento de alimentos, productos químicos, acero

Canasta de alimentos

Leche	AUS\$ 2,13/litro
Pan	AUS \$ 4/unidad
Coca Cola	AUS \$ 1/lata (\$3,30/botella de 2 litros)
Carne	AUS \$ 6/kilo (de vacuno picada)
Pescado	AUS \$ 15,97/kilo (filete de barramundi)
Zanahorias	AUS \$ 1,95/kg
Bananas	AUS \$ 3/kg
Papas	AUS \$ 2/kg
Cerveza	AUS \$ 45/24 latas

(En dólares australianos; 1 AUS \$ = 0,87 USD)

Servicios financieros: innovando para los emigrantes

En la segunda parte de su artículo sobre los emigrantes y los servicios financieros, la profesora Luisa Anderloni examina la cuestión de cómo conquistar este segmento de mercado.

Por
Luisa Anderloni
Fotos:
**International
Labour
Organization**

El examen del ciclo de vida de los emigrantes y de su proyecto de emigración debería ayudar a los correos a posicionarse en este segmento de mercado inexplorado. Al principio, en la fase de su establecimiento en un nuevo país, los emigrantes se interesan por los servicios básicos, especialmente por los servicios de transferencia de fondos. Ahora bien, a largo plazo, se orientan hacia productos y servicios más sofisticados,

Los emigrantes constituyen un segmento de mercado que conlleva exigencias específicas en materia de servicios financieros, que varían en función del proyecto de emigración que se considere (*Union Postale*, 04/2009). Al igual que para todos los segmentos de mercado – el de las mujeres, el de los estudiantes o el de las personas de edad avanzada, por ejemplo – los proveedores de servicios financieros a los emigrantes deben concebir productos tendentes específicamente a atender las necesidades reales de esta población. No obstante – y esta es una de las diferencias entre el segmento de los emigrantes y los demás segmentos de mercado – la estrategia comercial que consiste en concebir nuevos productos no es suficiente para atender las necesidades de los emigrantes, pues pueden surgir obstáculos capaces de mantenerlos alejados de los servicios financieros. A fin de responder a sus necesidades aumentando al mismo tiempo los volúmenes tratados, los correos deben poner a punto estrategias que permitan reducir dichos obstáculos y crear nuevos productos. En este contexto, un enfoque innovador de las relaciones con la clientela y de los productos podría servir de respuesta.

Relaciones con la clientela

Existen diversos obstáculos que alejan a los emigrantes del servicio financiero, tales como los obstáculos lingüísticos, las diferencias culturales, las dificultades inherentes a ciertos lugares geográficos y los horarios de acceso a los servicios. Otros, conciernen a los excluidos del sistema bancario, que conocen mal el sistema financiero, carecen de informaciones sobre los diversos productos y servicios, y generalmente tienen poca confianza en los bancos. Los correos que ofrecen servicios financieros deberían reinventar sus relaciones con la clientela y poner a punto estrategias – ya se trate de una adaptación de los servicios o de acciones de marketing apropiado – que permitan ofrecer productos y servicios a los inmigrantes. Esta gestión permi-

tiría a la vez establecer relaciones básicas con la nueva clientela de inmigrantes y reforzar esas relaciones, ofreciendo a los clientes productos financieros selectos, tales como préstamos para vivienda y fondos de pensión. El coste de este tipo de estrategia es alto, pero las oportunidades comerciales que del mismo dimanar son múltiples.

Uno de los medios utilizados para atraer una clientela de emigrantes consiste en ofrecerle productos innovadores. Para ello, conviene tener en cuenta dos factores. Primero, las necesidades de los inmigrantes en materia de servicios financieros cambian al correr del tiempo, y los prestadores de servicios pueden pues crear nuevos productos, a fin de atender dichas necesidades evolutivas. En segundo lugar, los clientes, que se interesan al principio por servicios de transacciones básicas, pueden orientarse después hacia servicios financieros que les permitan reforzar sus haberes. Por esta razón, un proveedor de servicios financieros debería ofrecer una gama completa de servicios, desde los productos básicos que responden a necesidades sencillas y que permiten a los inmigrantes tener acceso al sistema a servicios más complejos, concebidos para responder a necesidades más sofisticadas.

Transferencia de fondos

Las transferencias de fondos que, en numerosos países, son efectuadas esencialmente por vías oficiales y no oficiales ajenas al sistema bancario constituyen un producto de base. La población inmigrante se dirige principalmente a agencias que trabajan con operadores financieros especializados o a redes y circuitos informales considerados más eficaces que las redes bancarias. Estos últimos años, las oficinas de correos han intentado aumentar su participación en el mercado de transferencias de fondos, puesto que representa un medio para atraer a nuevos clientes. Para incrementar su competitividad, los correos deberían: reducir los gastos cobrados en el momento de efectuar la transacción y las diferencias de cambio, garantizar la distribución dentro de los plazos y asegurar el acceso a una amplia red de agencias para la retirada de fondos. No obstante, los estudios realizados en diversos países han puesto de manifiesto que, para numerosos inmigrantes, el coste no es el principal factor considerado a la hora de elegir el medio de transferencia. La rapidez de la distribución es más importante, puesto que confiere a la transacción un



elemento de seguridad. Cuando los fondos son transferidos por giro bancario internacional, el plazo de transferencia depende en amplia medida del conjunto del sistema de pago que relaciona el banco expedidor con el banco receptor. Recientemente, una modificación de los procedimientos de compensación y de liquidación ha permitido reducir el plazo necesario para el tratamiento de las operaciones, lo cual ha permitido también acelerar las transferencias.

Los operadores de las transferencias de fondos presentan cierto número de ventajas en el mercado de las transferencias. La cobertura geográfica es importante, puesto que utilizan extensas redes que abarcan, además de sus propias filiales, acuerdos de distribución con operadores comerciales (centros de telefonía, tiendas étnicas y agencias de viajes) o con bancos y oficinas de correos. Además, los operadores más importantes de distribución de transferencias de fondos han invertido sumas considerables en el establecimiento de redes de distribución extensas, que atienden a la vez a zonas rurales y a zonas urbanas en los países de recibo. Así pues, están bien situados tanto en los países de expedición como en los países receptores.

La ausencia de una infraestructura bancaria en los países receptores constituye un obstáculo importante para el desarrollo de productos bancarios, especialmente fuera de las zonas urbanas. Numerosas personas que se benefician de las transferencias de fondos – especialmente las familias situadas en zona rural – viven lejos de los bancos y de los distribuidores automáticos. En este contexto, los correos, con su sólida red de distribución tienen ventaja. Cabe además tener en cuenta que para los bancos, los volúmenes de operaciones efectuadas en este campo son aún pequeños y no permiten cubrir los costes inherentes al establecimiento de una red completa de sucursales. Con objeto de superar estos problemas, los bancos pueden formar coparticipaciones con bancos extranjeros y con operadores de transferencias de fondos. Estos acuerdos les permiten prestar un servicio cuya rapidez y cuyo alcance son comparables a los de las grandes agencias especializadas y, al mismo tiempo, les permiten atraer a nuevos clientes, a los que ulteriormente será posible proponer otros servicios financieros. En este caso, el grado de competitividad del producto depende en amplia medida de la comisión aplicada por el banco de expedición y de la cobrada al destinatario por el banco receptor, en el momento de la retirada de los fondos.

Fondos de pensiones

Los fondos de pensiones privados constituyen productos sofisticados que pueden interesar a los inmigrantes. La reducción del importe de las jubilaciones de Estado se ha

traducido por un recurso cada vez mayor a los fondos de pensiones privados. Sin embargo, los trabajadores independientes, las personas con pocos ingresos y las personas que trabajan a tiempo parcial así como las que no trabajan en absoluto no tienen, por lo general, fondo de pensión privado, y lo mismo cabe decir de los inmigrantes. Así pues, los intermediarios financieros pueden conquistar este segmento de mercado, que representa una fuente importante de fondos (fondos poco elevados si se consideran individualmente, pero de un volumen considerable si se consideran en su conjunto). Las entidades dotadas de una extensa red de distribución en los países de origen, como los Correos, tienen una ventaja competitiva debido al bajo coste de la distribución de las pensiones.

Los Correos podrían también desempeñar un papel sensibilizando a la población en lo tocante a las cuestiones financieras y suministrando informaciones asequibles y transparentes, a fin de ayudar a los inmigrantes a comprender lo que es un fondo de pensión. En efecto, pocos inmigrantes comprenden cómo contribuciones personales pueden traducirse en ingresos a la hora de retirarse. Por lo general, estas personas no están en capacidad de calcular la suma que deben pagar a un fondo de pensión, a fin de asegurarse una pensión adecuada. Además, los inmigrantes, por lo general, ganan poco dinero y, no disponen de los medios para cotizar en fondos de pensión privados. En cambio, podrían interesarse por un plan de ahorro que prevea el pago periódico de pequeñas cantidades. Como quiera que los inmigrantes están más expuestos a que varíen sus ingresos, un producto de este tipo debería ofrecerles la posibilidad de retirar dinero o de poner punto final a su relación sin que ello afecte a su capital. Actualmente, numerosos planes de jubilación prevén esta funcionalidad, si el suscriptor cesa de efectuar pagos en el transcurso de los dos o tres primeros años de duración del producto.

Las instituciones financieras deberían ofrecer productos suficientemente flexibles para adaptarse a un marco de trabajo poco seguro, que implique cambios profesionales frecuentes o periodos de desempleo; estos productos deberían ser fáciles de comprender y baratos, y ofrecer ingresos garantizados para el retiro. Por último, para las personas que transfieren fondos hacia cuentas ubicadas en el extranjero con la intención de vivir su retiro en su país de origen, los proveedores de servicios financieros deberían prever productos que ofrecieran réditos en la divisa del país de origen, e incluso réditos en dólares puesto que es preferible elegir una divisa fuerte para el ahorro.

Luisa Anderloni es profesora de Finanzas de empresa en la Universidad de Milán, en Italia.

Flash informativo

Europa

PostEurop, Unión Restringida de la UPU, ha lanzado el Green Fleet Forum para facilitar la investigación y desarrollo del transporte limpio o ecológico. El Foro, que abarca toda Europa, reúne a expertos operacionales y medioambientales del sector postal y a representantes de la Comisión Europea. **FM**

Gran Bretaña

Royal Mail ha anunciado la creación de una Strategic Mailing Partnership, consistente en una asociación con una serie de empresas británicas de publicidad directa, para «configurar el futuro de la industria del publicorreo». **FM**

Italia

El Banco Europeo de Inversiones (BEI) ha prestado 200 millones de euros (272 millones de dólares USA) al Correo italiano para que modernice su soporte tecnológico. Poste Italiane utilizará los fondos para introducir nuevas tecnologías y modernizar su infraestructura y logística con objeto de prepararse para la liberalización postal que tendrá lugar en la Unión Europea en el 2011. El BEI ha concedido desde el año 2001 préstamos al Correo italiano por un total de un billón de euros. **FM**

Jordania

Los clientes del **Correo de Jordania** y del **Correo de los Emiratos** pronto podrán recibir y enviar giros postales utilizando el sistema IFS de la UPU. Esto implica que se podrán transferir entre los dos países y en 24 horas hasta 1.000 dólares USA. **FM**

Malta

Malta Post generó una ganancia bruta de 3,19 millones de euros (5,3 millones de dólares USA) en el año financiero que terminó el 30 de septiembre de 2009, lo que significó un incremento del 10% respecto al año anterior. Los ingresos disminuyeron el 1,4% (20,19 millones de Euros) debido a la mengua del volumen del correo doméstico y de las ventas de sellos. Sin embargo, esta baja fue contrarrestada por un incremento del correo internacional. **FM**

Mauricio

El **Correo de Mauricio** generó 280 toneladas de emisiones de carbono en 2008, según muestra la primera encuesta global realizada por la UPU sobre las huellas de carbono de sus países miembros. **FM**

Perú

El Ministro de Transportes y Comunicaciones de Perú ofreció una celebración en diciembre de 2009 para brindar por el éxito de Exporta Fácil en Perú. Hasta la fecha, el servicio ha sido utilizado por 1.100 pequeñas empresas para realizar exportaciones a 95 países por valor de unos 3 millones de dólares USA. La empresaria Carmen Rosa Jordán, quien recurre a este servicio para enviar bisutería y artesanía a todo el mundo, fue premiada por ser la persona número 10.000 en exportar un artículo. **FM**

Portugal

Correios de Portugal (CTT), invertirá en los dos próximos años unos 190 millones de euros (258 millones de dólares USA) para la mejora de la logística, las tecnologías de la información y en la preparación para la liberalización del mercado postal de la UE en 2011. **FM**

España

Correos distribuirá 9.000 Asistentes Digitales Personales (PDA) a sus carteros en el 2010, año en el que completará un proyecto de modernización de herramientas de trabajo iniciado en el 2006. Desde entonces Correos ya ha distribuido 10.495 de estos pequeños computadores que, además de leer el código de barras o recoger la firma del cliente, también cuentan con una cámara capaz de dar constancia de la entrega. **IM**

Suiza

Correos de Suiza ha consolidado su presencia en España al adquirir dos empresas asociadas con base en Madrid. ABC Mail y Mail Partners Spain operan ahora conjuntamente en el mercado nacional como Swiss Post International Spain. La nueva empresa heredó un fuerte equipo de 30 trabajadores que seguirán manteniendo sus puestos. Las ventas ascendieron en 2009 a 11,7 millones de francos suizos (10,8 millones de dólares USA). El precio de compra no fue revelado; la adquisición tiene efecto retroactivo de fecha 1 de enero de 2010. **FM**

Ucrania

Ukrposta ofrece un nuevo servicio de correo híbrido que permite a los clientes enviar un mensaje corto vía e-mail, que luego el Correo imprime y envía a un destinatario con dirección postal. El sistema permite procesar mensajes de hasta 300 palabras o 3.000 caracteres bien como correo urgente u ordinario. **FM**

Estados Unidos

United States Postal Service (USPS) anunció pérdidas de 297 millones de dólares desde el 1º de octubre al 31 de diciembre de 2009, lo que representa una ligera mejora con respecto al mismo periodo del año anterior, en el que la pérdida neta ascendió a 384 millones de dólares. USPS anunció también una nueva aplicación para el iPhone de Apple que permite a los usuarios localizar las oficinas de correos más cercanas con la ayuda Sistema de Posicionamiento Global por satélite (GPS). Además, un sistema de seguimiento y localización permite monitorizar los envíos mediante la introducción del correspondiente código de localización. **FM**

UPS repartió 3,8 billones de paquetes en 2009, lo que representa un promedio de 15,1 millones de paquetes al día. Un leve descenso con respecto al año 2008 en el que esta cifra ascendió a 15,5 millones. Los ingresos también disminuyeron en un 12% (45,3 billones de dólares USA) en 2009. En todo caso, en el ejercicio de 2009, la compañía anunció una ganancia operacional de 3,8 billones de dólares USA. **FM**



Gran Bretaña

Se subasta el primer giro postal del mundo

El primer giro postal del mundo emitido en 1881 ha sido vendido en una subasta en Gran Bretaña por la familia del propietario original. Fue vendido por 4.485 £ (USD 7.000), es decir, casi el doble del precio sugerido en el catálogo.

El 1º de enero de 1881, Arthur Bull compró por un chelín el giro con el número de serie 000001, en la oficina de Correos de Lombard Street, en Londres. Nunca lo cobró. Por el contrario, lo guardó en una carpeta de cuero que pasó de generación

en generación hasta que la viuda de su nieto decidió subastarlo. Según datos de los subastadores, Warwick & Warwick, tan sólo quedan otros cinco giros postales de 1881 de la misma serie.

Ecuador

Un nuevo servicio de Correos Ecuador facilita la vida a los viajeros en los aeropuertos

¿Quién no ha implorado en el control de seguridad de un aeropuerto que le dejaran pasar su crema, tijeras o el souvenir que compró sin pensar que podía ser «un arma en potencia»? La seguridad en los aviones se ha convertido en una auténtica obsesión para las autoridades y el miedo a los atentados ha facilitado que se tomen medidas que aumentan considerablemente las molestias para los viajeros.

Por eso, Correos Ecuador lanzó el 24 de septiembre pasado un nuevo servicio postal aeroportuario que proporciona al usuario la posibilidad de enviar por este operador los objetos que rechaza el filtro de seguridad.

La presentación oficial se hizo en la Terminal del aeropuerto Mariscal Sucre de

Quito pero, actualmente, este servicio está ubicado en otros once aeropuertos del país, entre ellos: Eloy Alfaro de Manta, Machala, Tulcán, Machala, El Coca, Loja, San Cristóbal y Santa Cruz en Galápagos.

Así, el viajero puede enviar todo tipo de objetos, de hasta 1.000 gramos, a través de unos buzones que se han colocado cerca de los filtros de seguridad. Éstos cuentan con un dispensador que contiene fundas de embalaje, un formulario de contrato y las instrucciones necesarias para que el cliente realice su envío de manera ágil y segura.

El embalaje que se utiliza incluye datos del remitente y del destinatario, como el número telefónico o el correo electrónico, para poder hacer después un seguimiento

del envío y realizar el despacho.

La carga de los buzones es retirada diariamente por personal de Correos que además realiza el envío. El pago se efectúa a través de un depósito o en el momento en que se haga la entrega, según lo decida el cliente. La cobertura de los envíos es a nivel nacional e internacional, aunque, tal y como informan desde Correos Ecuador, hasta ahora se ha utilizado mayoritariamente en los vuelos internacionales. Y lo que los viajeros envían comúnmente son tijeras, navajas, pinzas y cremas. **IM**

Austria

El correo austríaco se asocia para ampliar sus servicios

El correo austríaco ha colocado a las autoridades nacionales ante el desafío de crear un punto postal, o «Post.Partner», en cada municipio del país. Para conseguirlo, Austria Post ha iniciado una coparticipación con la Asociación de Municipios Austríacos y con la Cámara Federal de Comercio de Austria.

Si bien el concepto del «Post.Partner» no es nuevo (el primer punto de servicio abrió en 2001), el desafío lanzado a las autoridades sí lo es. Existen actualmente en el país, al margen de las 1.133 oficinas de correos de que dispone el operador, 419 puntos donde se ofrecen servicios postales. Estos puntos son comercios locales (tiendas de ultramarinos, tiendas de venta de tabacos, farmacias) que ofrecen también servicios habitualmente prestados por las oficinas de correos. Como es natural son debidamente remunerados por ello. Así pues, cobran una comisión por cada carta depositada (actualmente 0,20 EUR) y las encomiendas admitidas (0,98 EUR) o entregadas (0,72 EUR). El operador paga tam-

bién una prima anual de calidad que puede ascender a 3.000 EUR. Las ventas generadas por dichos servicios pueden originar ingresos de hasta 15.000 EUR por término medio al año en las arcas de los participantes.

Una encuesta recientemente realizada por el operador en los municipios donde se ha instalado un Post.Partner ha puesto de manifiesto que el 77% de las personas interrogadas estaban satisfechas o muy satisfechas con el servicio propuesto. El operador no prevé detenerse aquí. «Queremos que los austríacos se beneficien de servicios postales modernos, ofrecidos respetando al cliente y en todo el país, los cuales no se limitan al mínimo requerido por la ley», declara Georg Pölzl, PDG del correo austríaco. «Para nuestros clientes, esta voluntad se traduce en más servicios, en mayor proximidad y en horarios más amplios», termina diciendo en un comunicado de prensa. **FM**

Suiza

El Gobierno apoya al Correo en el lanzamiento del producto digital SuisseID

El Gobierno suizo y el Correo (Swiss Post) lanzarán, en mayo de 2010, el primer producto normalizado del país para obtener pruebas electrónicas de identidad. SuisseID permite acceder a los servicios en línea y realizar transacciones electrónicas y está dirigido a las empresas, autoridades locales y a los particulares. El Gobierno invertirá 25 millones de francos (23,2 millones de dólares USA) en el proyecto. De este total, 17 millones se utilizarán para subvencionar el precio de compra de SuisseID durante su lanzamiento inicial, con objeto de alentar a las personas físicas a realizar sus transacciones de negocios electrónicamente.

A partir del próximo mes de mayo, las personas interesadas podrán comprar en línea SuisseID. El procedimiento de identificación personal se realizará desde cualquier oficina de correos. El producto estará disponible como tarjeta chip, *mobile key* (llave electrónica móvil) o como solución integrada. El chip puede insertarse en una memoria USB segura, como el SwissStick, que almacena aplicaciones que permiten a los usuarios firmar documentos electrónicamente con la firma jurídicamente vinculante y enviar electrónicamente una versión cifrada mediante correo certificado. **FM**

Liberia

Liberia reabre más oficinas de Correos

El progreso en la reconstrucción de la infraestructura postal en Liberia ha llevado a la renovación de tres oficinas de Correos en el último trimestre de 2009. Durante su reciente visita a la UPU, el ministro de correos, Sr. Jeremiah Sulunteh, anunció la reciente renovación de 21 oficinas postales.

Antes de los enfrentamientos de los años 90 operaban en el país 34 oficinas postales. Una vez terminada la lucha sólo quedaban dos, explicó el Sr. Sulunteh. «Todas las estructuras fueron quemadas o saqueadas», dijo el Ministro. Otros edificios públicos, como escuelas y hospitales, también fueron destruidos. «Antes de la guerra, muchas personas utilizaban el Correo, en especial porque el uso

de los ordenadores era escaso», dijo el Sr. Sulunteh.

Aun ahora, añadió, el 85 % de la población del país es analfabeta. Aunque la mayoría todavía utiliza el Correo para sus necesidades de comunicación básicas, se ha producido una pérdida de confianza en el operador. Esto se debió a supuestos incidentes de contrabando, falsificación y fraudes en las oficinas de Correos. Por ello, en los últimos dos años, el Correo introdujo una serie de medidas destinadas a recuperar la confianza de los clientes. Una de ellas consistió en instalar cámaras de video en los locales como forma de disuasión, así como restablecer a los inspectores postales, contratando policías retirados. En lo que se refiere a la falsificación de correo, hasta

diciembre de 2007 se llevaron ante la justicia 29 casos. De octubre a marzo de 2008 se resolvieron seis casos. De estos, resultó el despido de tres empleados sin derecho a reclamo salarial.

Como fruto de estas medidas, el volumen de correo ha aumentado, dijo el Sr. Sulunteh. En los tres meses anteriores a noviembre de 2009, un total de 480 kilogramos de envíos de correspondencia partieron desde Liberia. Esto representa un aumento del 28% en relación con el tráfico de los tres meses anteriores. «Estamos recuperando la confianza de los clientes en el Correo. Lo más importante es reconstruir las instalaciones para demostrar que, hemos reanudado las operaciones», dijo Sulunteh. **FM**

Union Postale: 135 años publicando noticias postales

¡YA ES HORA DE SUSCRIBIRSE!

Desde 1875, *Union Postale* ha reportado noticias acerca del sector postal internacional para el beneficio de todos los interesados en la industria. Esto incluye a reguladores, expertos operacionales, empleados de las oficinas postales, estrategas, proveedores, académicos, filatelistas y todo aquél con agudo interés en los Correos.

Celebre con nosotros el aniversario número 135 de *Union Postale*, formando parte de las filas de nuestros miles de lectores. Suscríbese ahora para recibir cuatro ediciones anuales en uno de los siete idiomas de nuestra revista de alta calidad y a todo color .

Suscriptores privados de cualquier parte del mundo pueden hacerlo por CHF50 al año. Descuentos especiales son aplicables para los Correos de los países miembros de la UPU. Envíenos su orden vía fax al +41 (0)31 350 37 11 o escribanos un correo electrónico a faryal.mirza@upu.int con la siguiente información:

Nombre:
Posición:
Organización/Operador:
Dirección Postal completa:
Dirección de correo electrónico:
Número telefónico:
Dirección de Fax:

Idioma deseado de la revista:

- Inglés Francés Árabe Chino
 Alemán Ruso Español



Respect the planet by choosing materials that comply with the rules of an Environment Management System (ISO 14001 certified).

Optimize your performance.



SOLYSTIC, A 60 YEAR PARTNER OF THE POSTAL SERVICES.

To create customers' loyalty, parties involved in the postal business are to be twice as attentive to reach their performance goals.

By allocating 10 % of its turnover to R&D, SOLYSTIC is able to understand the needs of postal operators and to offer future solutions.

Selecting the SOLYSTIC products is to bet on innovation in order to optimize your performance.

www.solystic.com



Future postal solutions