

Impulsando el sector postal desde 1875

UNION POSTALE



Unión Postal Universal,
organismo especializado
de las Naciones Unidas

DICIEMBRE DE 2014 / N.º 4

Nuevo marco integrado
para el comercio
electrónico

Motivar al personal



Mejorar juntos la condición humana



UPU, organización invitada

LA NOCHE DE LOS MUSEOS BERNA 2015

**VIERNES 20 DE MARZO
DESDE LAS 6 DE LA TARDE
HASTA LAS 2 DE LA MAÑANA**

WWW.MUSEUMSNACHT-BERN.CH

ESTRATEGIA POSTAL DE DOHA

Cuatro metas para los Correos en el 2016

-  **1** Mejorar las redes
-  **2** Aportar conocimientos técnicos
-  **3** Promover la innovación
-  **4** Fomentar el desarrollo sostenible

PARA MÁS INFORMACIÓN:

news.upu.int/insight/world-postal-strategy/doha-postal-strategy

Diciembre de 2014

JEFA DE REDACCIÓN: Faryal Mirza (FM)

JEFE DEL PROGRAMA COMUNICACIÓN: Rhéal LeBlanc (RL)

COLABORADORES: Chantal Britt (CB), David Koch (DK), Vincent Landon (VL), Catherine McLean (CM), Lelia Rotaru (LR)

DISEÑO: Die Gestalter, Suiza

TRADUCCIÓN: Servicio de traducción al español (STES)

IMPRESIÓN: Oficina Internacional de la UPU, Berna, Suiza

SUSCRIPCIONES: publications@upu.int

PUBLICIDAD: faryal.mirza@upu.int

CONTACTO:

Union Postale

Oficina Internacional

Unión Postal Universal

Case postale 312

3000 BERNA 15

SUIZA

TELÉFONO: +41 31 350 35 95

TELEFAX: +41 31 350 37 11

E-MAIL: faryal.mirza@upu.int

SITIO WEB: <http://news.upu.int/magazine>

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 informaciones 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 192 Países miembros de la UPU, y en especial a miles de decisores, que consideran la revista como una valiosa fuente de informaciones.

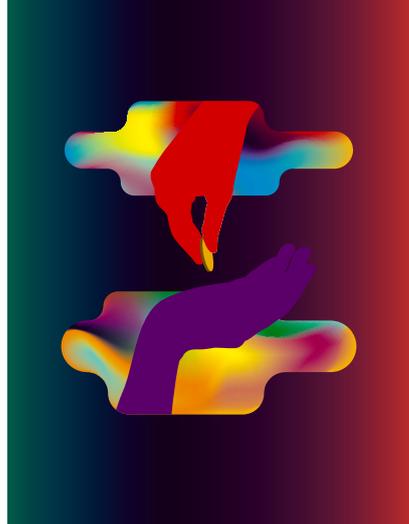
Union Postale se publica en alemán, árabe, chino, español, francés, inglés y ruso.

La UPU no se hace responsable de los productos y servicios promovidos por la publicidad de terceros y no garantiza la veracidad de las respuestas de estos últimos.

Las opiniones expresadas en los artículos no son necesariamente las de la UPU.

La reproducción de extractos de la publicación está autorizada previo contacto con la Jefe de Redacción faryal.mirza@UPU.int.

Cubierta: Dominik Junker



- 8 TEMA DE CUBIERTA**
Remesas en África: nuevo proyecto UPU-FIDA
Una alianza destinada a mejorar la vida rural
- 14 ESTADÍSTICAS**
Servicios postales: la gente compra cada vez más
Las cifras de 2013 en texto e imágenes
- 18 ESTUDIOS DE CASO**
Las innovaciones del GMS identifican posibles bloqueos
Mejoras en el GMS de la UPU
- 20 Eslovaquia: medidas para mejorar el servicio postal**
Las inversiones del FMCS producen los resultados esperados
- 22 Dinamarca decreta el buzón digital**
Estreno en el país escandinavo
- 23 IGUALDAD**
ONU Mujeres y UPU unen sus fuerzas
Unidad de acción en favor de la igualdad de género
- 24 COMERCIO ELECTRÓNICO**
La UPU adopta un nuevo marco global integrado
Buenos resultados de los últimos avances
- 26 ENTREVISTA**
Proteger la vida privada frente al crecimiento de Internet
Reflexiones de Robin Wilton, de Internet Society
- 30 ADUANAS**
Filipinas: Aduanas y Correos hacia una nueva era
Un acuerdo para servir mejor al usuario
- 32 PREGUNTAS Y RESPUESTAS**
Transformar una empresa con el apoyo del personal
Wolfgang Baier, CEO de SingPost, sabe motivar
- 4 SECCIONES**
Breves
- 5 El foco del editor**
- 34 Panorama del mercado**
- 38 Flash informativo**

339.800 millones

de cartas se enviaron a nivel mundial en 2013

DESARROLLO

La UPU y la OIM fomentan el desarrollo de Burundi



La red postal de Burundi potencia el crecimiento socioeconómico en las áreas rurales (Foto: IFAD/Susan Beccio).

La UPU y la Organización Internacional para las Migraciones (OIM) se han asociado para contribuir a bajar los costos de las remesas, mejorar el acceso a los servicios financieros postales y ayudar a los productores locales a exportar sus productos más fácilmente.

En octubre, las dos organizaciones instaron a los países donantes a apoyar un proyecto piloto en – Burundi, por valor de cuatro millones de USD, que utilizará la singular capacidad de la red postal para estimular el desarrollo. El proyecto conjunto, de cuatro años de duración, en el que coopera también Burundi Post, busca resolver una serie de problemas que sufren, tanto la población rural de Burundi como los participantes en la diáspora.

La población rural de Burundi no sólo tiene que enfrentarse a las elevadas tasas de las remesas, sino que está también excluida de los servicios de telecomunicaciones y carece de acceso a los servicios básicos financieros. Sólo el 12,5% de los habitan-

tes de Burundi tienen una cuenta con una institución financiera.

Desarrollo

El subdirector general de la UPU, Pascal Clivaz, destacó la importancia del proyecto para responder a las necesidades de los migrantes y a los objetivos de desarrollo de su país de origen. «Con 640.000 oficinas de Correos, la red postal mundial está en todas partes, incluso en las zonas más remotas», afirmó. «Los Correos ofrecen servicios físicos y electrónicos, así como un conjunto de servicios financieros accesibles a todo el mundo, desde transferencias de dinero hasta créditos. Ningún otro actor económico es capaz de unir todas estas posibilidades».

Según Salvatore Nizigiyimana, director general de Burundi Post, el Proyecto de la OIM-UPU optimizará la contribución de los emigrantes al desarrollo de las comunidades rurales, mejorando también mediante la red postal el acceso a los servicios de

telecomunicaciones y a los mercados internacionales.

Remesas

«La diáspora envía a Burundi transferencias de dinero por un total estimado de 48 millones de USD cada año, de los cuales más del 10% va a parar a las tasas. Queremos reducir esta pérdida para Burundi y para todos los países», declaró el director general de la OIM, William Lacy Swing.

«Estas transferencias de los emigrantes tienen un impacto directo en el desarrollo y han demostrado resistir mejor las crisis económicas – incluida la actual – que la inversión directa extranjera o la ayuda económica», precisó el director general. Sin embargo, añadió, muchos de los remitentes más pobres pagan unas tarifas demasiado elevadas. En 2012, los emigrantes africanos enviaron a casa 60 mil millones de USD, pero la sobrecarga que muchos de ellos sufrieron se estima en unos cuatro mil millones. **RL**

Fin de año

Cuando el 2014 toca a su fin, el sincero deseo del equipo editorial de *Union Postale* es que la revista continúe llegando a sus lectores con artículos bien documentados, bien escritos, bien diseñados y de fácil lectura. Éste ha sido un año dedicado a volver a calibrar el contenido para que refleje los deseos expresados por los lectores en la encuesta más reciente. Un tema al que se le ha concedido mayor importancia ha sido el de los estudios de caso, su número aumentó en respuesta a los comentarios de los lectores. Está claro que muchos de los actores económicos están buscando en la UPU experiencias que puedan serles útiles, aprender de ellas y que les sirvan de inspiración para sus propias actuaciones. Sólo en este número la Navidad trae, para los amantes de los estudios de caso, no menos de tres.

Comunicación estratégica

En el marco de la comunicación estratégica de la UPU, la revista *Union Postale* debe verse como parte integrante del valor que la Unión aporta a sus miembros y a otras partes interesadas. Esta comunidad única puede aprender mucho de sus constituyentes y de todos sus participantes en general. El contenido de la revista se esfuerza por ser más que un grito en la oscuridad. Trata de ser un ejemplo de comunicación con un determinado propósito: dirigirse a un público que espera que su lectura le ayude a atender y satisfacer ciertas necesidades. Esperamos con interés continuar el diálogo con todos ustedes el año próximo. Mientras tanto, reciban nuestros mejores deseos para que tengan un excelente año 2015. **FARYAL MIRZA, JEFA DE REDACCIÓN**

Costa de Marfil presidirá la Conferencia Estratégica de 2015

Costa de Marfil presidirá la Conferencia Estratégica de la Unión Postal Universal, que ahora tendrá lugar los días 13 y 14 de abril de 2015 en Suiza.

El Consejo de Administración de la UPU (CA) decidió en noviembre pasado dar la presidencia de la organización de esta reunión internacional a Costa de Marfil. En septiembre, la UPU y Costa de Marfil anunciaron la cancelación de la Conferencia Estratégica – que inicialmente iba a tener lugar en Abijan, del 14 al 15 de octubre de 2014 – como resultado de la situación sanitaria en la región, vinculada a la epidemia de Ébola en los países vecinos, así como por los bajos niveles de registros para la conferencia.

Al mismo tiempo, en reconocimiento al compromiso de Costa de Marfil con la Unión, el CA también

pidió a este país miembro copresidir la conferencia ministerial de alto nivel que tendrá lugar en Estambul (Turquía) durante el Congreso Postal Universal de 2016.

Compromiso

«Tengan la seguridad de que Costa de Marfil, que ha recuperado su lugar en el concierto de las naciones, queda a disposición de la UPU y desea trabajar con todos los países miembros para asegurar la promoción de nuestra institución común», afirmó Bruno Koné, ministro de Correos y Telecomunicaciones. «Estamos encantados con las soluciones honorables propuestas, y presidiremos con mucho gusto la Conferencia Estratégica de la UPU en Suiza y su conferencia ministerial en Estambul en 2016».

El objetivo de la Conferencia Estratégica es hacer balance de los avances logrados con la actual estrategia postal mundial y definir los elementos que se incluirán en la próxima que se presentará a los países miembros de la UPU durante el Congreso de Estambul. Los países miembros adoptaron la Estrategia Postal de Doha – la hoja de ruta de cuatro años del sector postal mundial – en el Congreso de 2012. Durante su alocución al Consejo de Administración, el ministro marfileño también anunció que Costa de Marfil aumentaría su contribución al presupuesto de la Unión de una a tres unidades de contribución. El presupuesto de la UPU se basa en las contribuciones de sus 192 países miembros, que eligen el número de unidades de contribución que desean pagar. **RL**

TEDx en Ginebra: datos postales al servicio de la humanidad

En un mundo inundado de información, los grandes volúmenes de datos postales podrían ayudar a llenar el vacío que caracteriza a las áreas desconectadas, escucharon los participantes en el evento TEDxPlaceDesNations en Ginebra en diciembre. Así lo que subrayó Miguel Luengo-Oroz, un científico especializado en big data, uno de los 11 innovadores, maestros, promotores de la paz y emprendedores que compartieron con los asistentes lo que cada uno de ellos está haciendo para hacer frente a los retos del presente y conformar el mundo del mañana.

Hay más de 650.000 oficinas de Correos en todo el mundo, y muchas están ubicadas en áreas remotas y sin ninguna conexión. Científicos como Miguel Luengo jefe de investigación de la Iniciativa «Global Pulse» de las Naciones Unidas, están convencidos de que los diversos bits de información que llevan las cartas y paquetes, podrían ayudarnos a conocer en tiempo real lo que está sucediendo en el planeta.

Según el investigador «La tecnología de móviles y las redes sociales son

fuentes de muchos datos, pero ¿qué pasa con esas zonas que no están conectadas? Cada carta contiene una veintena de elementos ricos en información. Con mil millones de cartas en circulación en todo el mundo cada día, existe un enorme potencial de datos, de información con la que identificar las diferentes tendencias sociales o económicas importantes para el desarrollo».

Huellas no digitales

Cada día los Correos de todo el mundo procesan una media de mil millones de cartas y 16 millones de paquetes. La mayoría de estos envíos llevan códigos de barras y otros bits de información, como el código postal y la fecha del matasellos. Estos datos transitan por la red electrónica de la UPU, Post-Net, que permite informar a las compañías aéreas y las aduanas de los despachos expedidos o informar a los clientes sobre la entrega de sus envíos.

Luengo-Oroz, dirige tres grandes e innovadores laboratorios dedicados a los grandes volúmenes de datos, y

está interesado en descubrir las ideas u orientaciones útiles para el desarrollo que se pueden obtener a partir del análisis de los patrones de todo tipo de datos, incluidos los procedentes de móviles, redes sociales, satélites y, ahora, del sector postal.

Diseño de políticas desarrollo

En estrecha colaboración con la UPU, Miguel Luengo estudia los grandes volúmenes de datos postales – agregados a fin de garantizar la confidencialidad y protección – con objeto de identificar las tendencias sociales y económicas que podrían revelar, antes de que sucedan, futuras crisis u otros fenómenos y su impacto. Esta mina de oro de información, combinada con los datos de otras fuentes, podría ser crítica para ayudar a países, a Naciones Unidas y a otras organizaciones internacionales a diseñar políticas de desarrollo, objetivo fundamental de la Iniciativa Global Pulse, creada por la oficina ejecutiva del secretario general de las Naciones Unidas. **RL**

INCLUSIÓN FINANCIERA

Los Correos se interesan por la tecnología celular

Los Correos se esfuerzan por mejorar la eficacia de sus servicios financieros recurriendo cada vez más a la tecnología celular. Eso es lo que muchos han puesto de relieve en un reciente foro de la UPU.

En Indonesia, donde 245 millones de habitantes están dispersos en 17.000 islas y el 66% de la población no tiene acceso a los bancos, *Pos Indonesia* tomó la decisión estratégica de utilizar los móviles para hacer crecer sus servicios financieros y fomentar la inclusión financiera, declaró Moehartini Moeharjadi, responsable de relaciones internacionales del Correo indonesio, en el que los servicios financieros representan el 45% de los ingresos. «La innovación y el desarrollo son clave para la buena marcha de nuestro negocio.

Casi el 50% de los ciudadanos utiliza teléfonos móviles, mientras que sólo el 29% están conectados a Internet» agregó.

En Marruecos, el Correo ha transformado su unidad de servicios financieros en banco comercial. Este banco, Al Barid Bank, ha recibido el mandato explícito del gobierno de facilitar la inclusión financiera. Todos los ciudadanos, incluso los que no tienen cuenta corriente, tienen acceso a los servicios bancarios a través del móvil, lo que permite al banco atender todavía a mayor número de ellos.

Reglamentación

Muchos participantes han insistido en la importancia de establecer marcos reglamentarios y jurídicos adap-

tados a las necesidades específicas y a las innovaciones emergentes en materia de tecnología. Según Clifford Nkomo, de la Asociación de reguladores en materia de comunicación para el África Austral (CRASA), la rápida proliferación de la tecnología celular ha cogido a los gobiernos desprevenidos, permitiendo a los operadores de móviles obtener ventaja de esta falta de regulación.

«Debemos establecer una autoridad de regulación para los servicios bancarios a través de celulares que podría estudiar las cuestiones de tarificación asequible, de calidad y de protección de los clientes, sin olvidar los riesgos planteados por el blanqueo de dinero y la financiación de movimientos terroristas», precisó el Sr. Nkomo. **LR Y RL**

TECNOLOGÍA

Internet de los objetos postales: materia de reflexión

La Unión Postal Universal alienta a los Correos de todo el mundo a despertar al «Internet de los objetos postales» y a adoptar las nuevas tecnologías para servir mejor a los ciudadanos.

En un reciente foro sobre este tema en la sede de la UPU en Berna, muchos expertos postales, del mundo universitario y del sector privado han debatido la posibilidad de utilizar sensores fijados a los objetos físicos para recoger y transmitir datos en tiempo real vía Internet. Los datos así generados se analizan y permiten a los operadores postales crear valor añadido y prosperar.

Alexander Ilic, profesor asistente en la Escuela Federal de Tecnología de Zúrich, ha señalado los bajos costes de la explotación de los grandes volúmenes de datos o *big data*: «Los datos son como las minas de oro, y las tecnologías de bajo coste representan los detectores que permiten que esta materia preciosa esté disponible».

Ilic mencionó algunos ejemplos, como la fijación de identificadores de radio-frecuencia o etiquetas RFID («inteligentes») en envíos inventariados («no inteligentes») con objeto de permitir el seguimiento o localización de estos últimos.

Precaución

Sin embargo, Ilic también alertó a los presentes. «Un error muy común consiste en pensar que cuantos más datos se recojan, mejor. Pero es preciso saber cómo procesarlos».

«Las modernas herramientas analíticas facilitan el tratamiento de los grandes volúmenes de datos genera-



Colocar sensores en los buzones de correos, por ejemplo, puede proporcionar datos interesantes (Foto: Jay Mantri).

dos», añadió. Avance que comparó con «lo que las ondas de ultrasonido han hecho por la medicina».

Según José Ansón, economista de la UPU, el análisis de los grandes datos postales generados por la circulación del correo podría aportar una nueva dimensión a la actividad postal. «La cooperación de los Correos en materia de datos fijará los límites de la futura red postal y definirá lo que le aporta valor añadido y también lo que le resta». A lo que añadió que los operadores postales deben, sin embargo, evolucionar al compás de su tiempo y cambiar su forma de pensar.

Hablan los empresarios

La importancia de los grandes volúmenes de datos suscita ya la adhe-

sión de otros actores del mercado postal. Mark Van Der Horst, director de asuntos públicos de la Unión Europea, en UPS Europe – empresa privada de transporte urgente – afirmó que el objetivo de utilizar los *big data* es el de mejorar el servicio al cliente. «Hace veinticinco años, simples hojas de cálculo nos permitían prever el número de paquetes encaminados por camión o por avión, con la ayuda de datos históricos. Hoy día, sabemos con más precisión donde están los paquetes y cómo encaminarlos», recordó.

El foro fue organizado conjuntamente con la Oficina del Inspector General del Servicio Postal de los Estados Unidos. **FM**



Remesas en África: nuevo proyecto UPU-FIDA

Una alianza excepcional que tiene como objetivo aprovechar el papel de la red postal pública para ofrecer transferencias de dinero y servicios financieros en la última milla fomentando así la inclusión financiera de las zonas rurales.

TEXTO:
FARYAL
MIRZA

ILUSTRACIONES:
DOMINIK
JUNKER

Benín, Ghana, Senegal y Madagascar son los primeros países piloto que se benefician de una nueva iniciativa lanzada por la Unión Postal Universal (UPU), el Fondo Internacional para el Desarrollo de la Agricultura (FIDA) y otros asociados para impulsar las remesas a través de la red postal en las regiones rurales africanas. Siete países más recibirán también asistencia en el marco de una iniciativa financiada por la Unión Europea, el FIDA, la UPU, el Banco Mundial, el FNUDC y el Instituto Mundial de Cajas de Ahorros.

La atención se centrará en mejorar las operaciones, principalmente en reducir el costo de las remesas hacia y dentro de los países del continente africano, así como la disminución de los tiempos de transacción. El programa cuenta con siete millones de dólares para modernizar la infraestructura de los Correos participantes con objeto de que logren esos objetivos. «El alcance de la red postal en el medio rural en África es muy superior al de cualquier otra entidad financiera. Esta es la razón por la que los Correos son los que mejor están situados para fomentar la inclusión financiera de los pueblos desfavorecidos del mundo», declaró el director general de la UPU, Bishar A. Hussein.

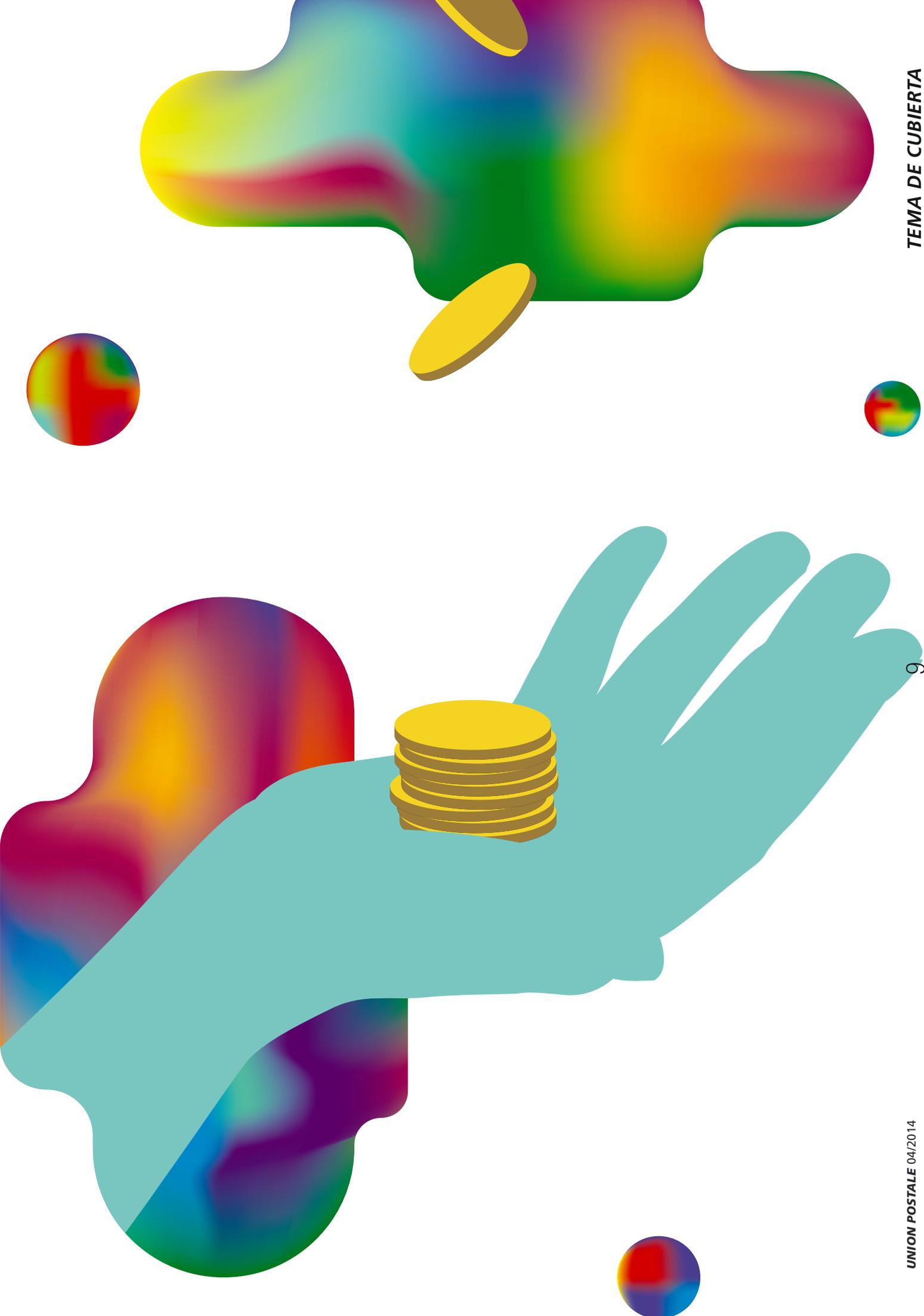
Once países en total – incluidos Burundi, Egipto, Etiopía, Kenia, Uganda, Zambia y Zimbabue – se beneficiarán de un profundo análisis de mercado, mientras que

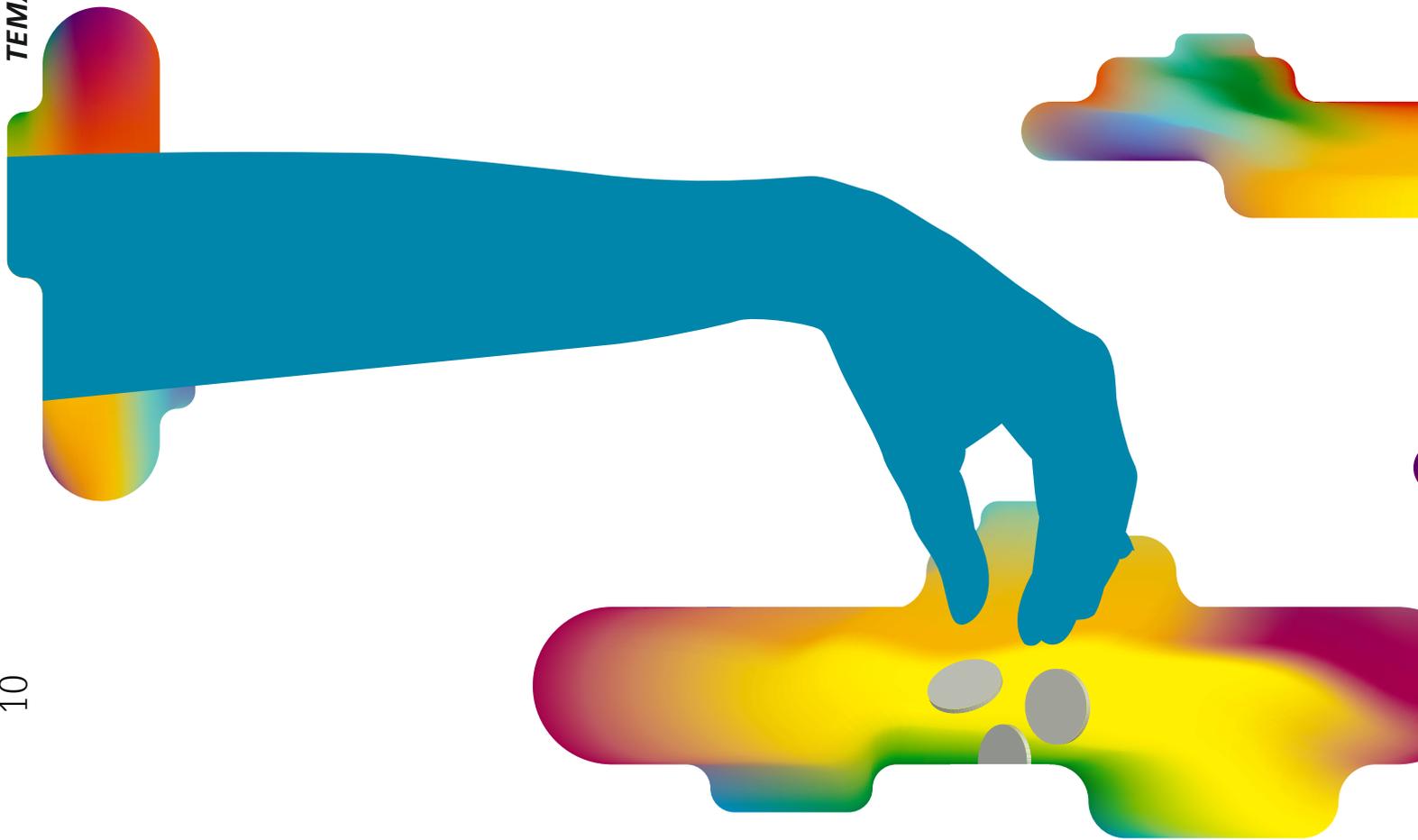
cuatro países piloto (Benín, Ghana, Senegal y Madagascar) recibirán asistencia técnica en el terreno para ejecutar proyectos.

«Estamos construyendo la base de un enfoque por etapas, para que los países puedan hacer las cosas bien», explicó Hans Boon, experto en redes postales y transferencias de fondos del FIDA. «Serán los resultados a corto plazo los que determinarán las próximas etapas después de que se hayan completado los proyectos piloto. Si tienen éxito, pasaremos a una «velocidad» superior», precisó.

La UPU, por su parte, en este proyecto con múltiples socios, proporcionará asistencia técnica en el marco de su Acuerdo de Servicios Postales de Pago. «El proyecto se centrará en las partes de la red postal cuya infraestructura técnica puede necesitar mejoras y también en el reciclaje del personal, a fin de que los Correos estén listos para hacer crecer sus servicios financieros», comentó Serguey Nanba, coordinador de los Servicios financieros postales de la UPU.

Para ofertar remesas asequibles, los operadores designados deben estar conectados a la red postal mundial de pagos electrónicos (WEPPN) de la UPU a través de la aplicación IFS, explicó Alexandre Rodrigues, jefe del programa de servicios financieros postales de la Oficina Internacional de la UPU.





Participantes

El proyecto se inició recientemente con una investigación de mercado llevada a cabo por expertos sobre el terreno de los 11 países africanos participantes. Se llevaron a cabo unas 500 entrevistas en cada uno de ellos. «Los hallazgos en los países piloto son realmente interesantes, proporcionan ideas sobre cuáles son los puntos fuertes de la red postal, donde están los retos, dónde la competencia y cuáles son las percepciones de los usuarios del Correo», explica Hans Boon, del FIDA.

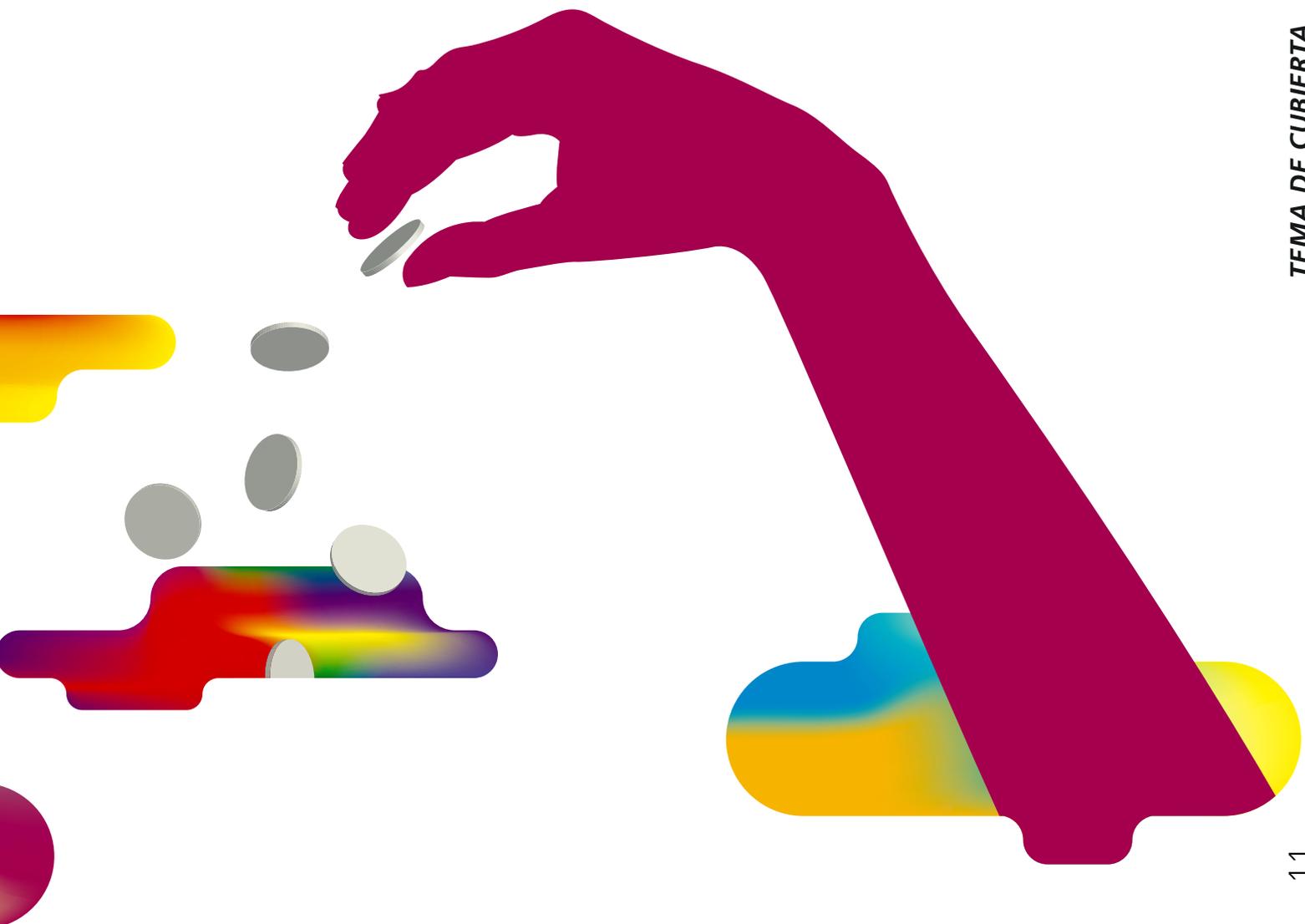
Por su parte, Senegal Post indicó que esta iniciativa permitirá asumir retos en las áreas en las que el Correo ya está activo, pero donde también habrá que intensificar los esfuerzos. «El proyecto debe permitir que el Correo senegalés se convierta en un negocio moderno capaz de proporcionar productos financieros innovadores y competir con otros actores del mercado», indicó Saliou Fedior, director de estudios y proyectos del Correo.

Según Fedior, es necesario revisar «las prácticas comerciales en el segmento de transferencias de dinero y mejorar el servicio al cliente, ofreciendo productos y

servicios más asequibles y accesibles». Añadiendo que los trabajadores postales también se beneficiarían: «El personal estará mejor capacitado, sobre todo para explicar el funcionamiento de los servicios financieros a los numerosos clientes de las zonas rurales, que reciben grandes montos de las remesas procedentes de la diáspora senegalesa».

Benín, otro país piloto, para enfrentarse a los desafíos que representa la innovación tecnológica, dispone de una estrategia para reforzar la conectividad de las TIC en el conjunto de la red postal. «[Un ejemplo es la]... asociación con la tecnología celular que permite llegar a más de seis millones de clientes potenciales en zonas rurales y urbanas », explicó Béhanzin Clotario, director de POSTEFINANCE.

La ventaja para los clientes es clara, según Fedior del Correo de Senegal: «Pueden ganar más dinero porque se reducen los costes de las transferencias. Además, la accesibilidad de los servicios financieros postales, concretamente en las zonas rurales, permite reducir la pérdida de tiempo asociada a los viajes [para recoger las



transferencias] que, además, conllevan un riesgo de accidentes y robos en el camino».

Clotario también ve el porvenir con los mejores auspicios: «Al reducir los costes de las transferencias y los tiempos de transacción, así como al ampliar la red en zonas rurales y reforzar la gama de servicios, el Correo de Benín se transformará en una institución financiera postal más competitiva y accesible». Fedior se hizo eco de ello: «De concretarse, el proyecto podría ayudar al Estado en sus esfuerzos para combatir la pobreza y lograr una total inclusión financiera», afirmó.

El valor del mercado

Según el Banco Mundial, en 2013, las remesas al África subsahariana procedentes del extranjero alcanzaron los 32.000 millones de USD. «El África subsahariana es una de las pocas regiones del mundo donde la ayuda oficial al desarrollo es superior a las remesas, y ambas en conjunto son mucho más estables que la inversión extranjera directa o la financiación privada. La diáspora de muchos países de la región alcanza a un gran número de sus habitantes, de lo que se deriva que sus ahorros

El FIDA en breve

El FIDA lucha contra la pobreza no sólo como prestador de fondos, sino también como defensor de la población rural pobre. Su orientación multilateral ofrece una plataforma mundial para debatir cuestiones políticas importantes que influyen en la vida de esta población rural.

El FIDA creó el Fondo de Financiación de las Remesas (FFR), con el objetivo de mejorar las condiciones económicas de las poblaciones rurales gracias al apoyo y al desarrollo de unos servicios de remesas internacionales y/o nacionales innovadores, asequibles y fácilmente accesibles. El FFR trabaja también con fondos adicionales proporcionados por donantes.

podrían ser utilizados para financiar el desarrollo», afirma en un comunicado.

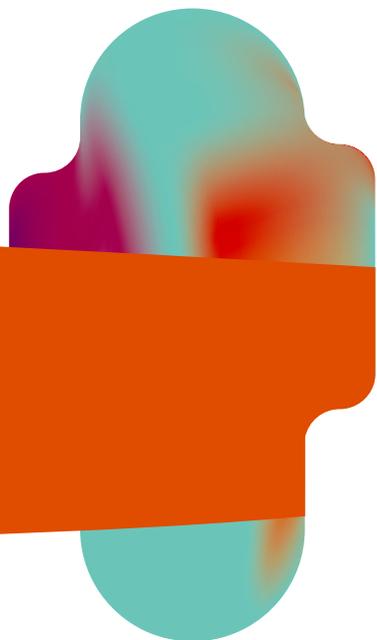
La institución predice que los flujos hacia el continente alcanzarán los 41 mil millones de dólares en 2016. Estos flujos, según el FIDA, son vitales para la economía. «De acuerdo con los datos más recientes del Banco Mundial, más de 12 países de África se benefician de un excedente del cinco por ciento de su producto nacional bruto gracias al dinero enviado por los emigrantes que viven en el extranjero», explicó Mauro Martini, experto del FIDA encargado del seguimiento y evaluación de los proyectos relativos al mecanismo de financiación para el envío de fondos.

Sin embargo, los costos de las remesas hacia y en África siguen siendo los más elevados del mundo, según los estudios del FIDA y el Banco Mundial. Con hasta dos tercios de los lugares de pago de la región dominados por muy pocas empresas de transferencias de dinero, algunas de ellas intentan obtener la exclusividad del mercado repartiendo a sus agentes por todos los lugares posibles, restringiendo de esta manera la competencia. Como resultado, los corredores de remesas más caros del mundo se encuentran en África, especialmente en la región subsahariana.

Importancia estratégica

El FIDA está convencido de la importancia estratégica de la cooperación con la UPU para aprovechar el impacto de las remesas en el desarrollo de África a través de las redes postales. «La UPU juega un papel clave en este aspecto, especialmente ofreciendo orientación a sus países miembros», aseguró Mauro Martini. «Al combinar experiencia y recursos, todos los socios de la iniciativa podrán intervenir con eficacia para responder a las necesidades de cada operador postal nacional».

En un futuro cercano, concretamente el 4 y 5 de marzo de 2015, el FIDA, la UPU y otros socios de la Iniciativa Africana de Servicios Financieros Postales organizarán la primera Conferencia Africana sobre Remesas y Redes Postales, que se celebrará en Ciudad del Cabo, Sudáfrica. **FM**



Cooperación UPU-FIDA en Asia

TEXTO: CHANTAL BRITT

La colaboración en materia de transferencia de fondos entre el FIDA y la UPU comenzó en el marco del Fondo de Financiación para Remesas (FFR) en 2008. Dos de los proyectos en marcha concluyeron en agosto de 2013. Uno de ellos cubrió Asia Central (Kazajstán, Kirguistán, Tayikistán y Uzbekistán), el otro la región de Asia-Pacífico (Camboya, India, Indonesia, Laos, Malasia y Vietnam).

El proyecto que abarca la región Asia-Pacífico se inició en mayo 2012 con unos 500.000 USD, donación del FIDA. «Los operadores postales de Camboya, India, Indonesia, Laos, Malasia y Vietnam introdujeron nuevas tecnologías o modernizaron las existentes para ofrecer el acceso a los servicios de remesas en el marco de sus servicios postales de pago», indicó Alexandre Rodrigues, jefe del programa de servicios financieros postales de la Oficina Internacional de la UPU.

Se conectaron más de 20.000 oficinas de Correos de las zonas rurales de estos seis países así como de otros de dentro y fuera de la región, ofreciendo así a los receptores de las remesas y a los trabajadores migrantes el acceso a la red postal mundial de pagos electrónicos (WEPPN) de la UPU. Los operadores postales también abrieron los intercambios de los servicios postales electrónicos de pago en la región y en toda la red mundial (intercambios Sur – Sur y Norte – Sur). Asimismo, vincularon las remesas a las cuentas de ahorro y, siempre que fue posible, facilitaron su pago mediante depósito en cuenta. Los costes bajaron tanto para los remitentes como para los receptores.

Uno de los desafíos más grandes fue fijar un calendario realista para la realización del proyecto. La adquisición y la instalación de los equipos informáticos, que tomó más tiempo de lo esperado, comentó Rodrigues, fue uno de los principales obstáculos. Además, los empleados postales tuvieron que recibir formación para utilizar las nuevas tecnologías y familiarizarse con su funcionamiento. También llevó al menos un año y medio conectar los seis países de la región Asia-Pacífico a la red electrónica mundial de pagos a través de la aplicación IFS de la UPU, que permite a los Correos gestionar eficazmente las transferencias electrónicas de dinero.

Asia Central

Baurzhab Imanov, destacado de Kazpost, el operador designado de Kazajstán, ha estado encargado de poner en marcha el proyecto UPU-FIDA en Kazajstán, Kirguistán, Tayikistán y Uzbekistán para lo que ha empleado dos años en total.

«Tayikistán, por ejemplo, no tuvo ni siquiera sus oficinas automatizadas hasta que no se hizo realidad el proyecto», explicó Imanov. Por primera vez en la historia del Correo de este país se creó, por medio del sistema IFS, una red corporativa e internacional de transferencias electrónicas de dinero en las oficinas de Correos.

En ciertas regiones de Asia central, hay mucha demanda para enviar remesas a las áreas rurales. En 2006, más de seis

millones de personas vivían en zonas no urbanas en Kazajstán, más de tres millones en Kirguistán, más de cinco millones en Tayikistán y más de 17 millones en Uzbekistán. En estos países, el operador postal designado es el único proveedor de remesas y otros pagos de tipo social en las zonas rurales.

En 2011, Tayikistán fue el país con el mayor volumen de transferencias internacionales de dinero, que representaron un 47% de su producto interior bruto (PIB); Kirguistán ocupaba el tercer lugar, con el 29%, según el informe del Banco Mundial, «Migración y desarrollo». Un año después, las cifras ya habían aumentado a 48% del PIB en Tayikistán y al 31% para Kirguistán.

El proyecto lanzado en noviembre de 2011 y dotado de una ayuda del FIDA de 250.000 USD, permitió a los Correos de Kazajstán, Kirguistán, Tayikistán y Uzbekistán conectarse a la WEPPN de la UPU. Tras la apertura de nuevos corredores en la región y el desarrollo del acceso a los servicios de pago en las zonas rurales, se conectaron redes nacionales adicionales lo que provocó la reducción del tiempo de entrega de los pagos y también de los costes de acceso a los servicios de remesas.

Automatización

El equipo del proyecto aceleró la automatización de las oficinas de Correos en las zonas rurales de los cuatro países involucrados. Se adquirieron equipos informáticos, servidores entre otros, y se instaló el sistema IFS en Kirguistán y Tayikistán. Se modificó el software y la interfaz en Uzbekistán y Kazajstán. Para instalar un sistema automatizado, el equipo del proyecto primero tenía que crear una red para el Correo, adquirir e instalar el servidor, configurar la aplicación y capacitar al personal.

Tales procesos innovadores requieren el desarrollo de procedimientos y documentos internos, la regulación de los servicios ofrecidos, así como la capacitación de los técnicos y del personal encargado de la explotación. Además, el software debe probarse y los operadores tienen que ponerse de acuerdo sobre los términos del intercambio de las nuevas transferencias electrónicas postales.

El proyecto inició con éxito el intercambio de transferencias electrónicas postales internacionales por medio del Sistema IFS de la UPU en Kirguistán y Tayikistán. También amplió el acceso IFS a la red postal de Uzbekistán y Kazajstán comenzó a ofrecer transferencias electrónicas internacionales y urgentes así como transferencias electrónicas contra reembolso. La automatización en Tayikistán no sólo traerá beneficios sustanciales para los residentes de las ciudades y de las zonas rurales, sino también para los casi 800.000 emigrantes que viven en el extranjero, explicó Imanov. Según su conclusión: «El proyecto de la UPU y del FIDA ha permitido resolver problemas importantes en distintos países, pero los países de la región también han unido sus fuerzas para buscar soluciones que podrían ser beneficiosas para otras partes del mundo». **CB**



Servicios postales: la gente compra cada vez más

2013 fue un año excepcional para el sector postal público. Las últimas estadísticas de la UPU muestran que los ingresos aumentaron a 234.800 millones de SDR, una subida nominal del tres por ciento en relación al año anterior.

TEXTO:
FARYAL
MIRZA

INFOGRAFÍAS:
DIE
GESTALTER

La tendencia a la baja en el tráfico mundial de envíos de correspondencia continuó con una disminución del 2,9% en relación a 2012, lo que representa una cifra de 339.800 millones de objetos (336.300 millones de envíos a nivel nacional y 3.500 millones a nivel internacional). Sin embargo – según José Ansón, economista de la UPU – aunque los volúmenes hayan bajado, el tonelaje ha subido. «Se estima que 240 millones de pequeños paquetes han transitado por el flujo de envíos de correspondencia en 2013», explicó Ansón, subrayando el incremento del comercio electrónico. «Aunque el volumen total – en términos de número de objetos – ha disminuido, el peso medio de los envíos es más elevado».

En 2010, un kilogramo de envíos de correspondencia internacional contenía una media de 12,21 objetos; hoy, un kilogramo consta de 10,88. Este aumento en el tonelaje podría explicar por qué el flujo de envíos de correspondencia sigue representando el 43,4% de los ingresos globales de los servicios públicos postales.

En ciertas regiones, la contribución de los envíos de correspondencia a los ingresos fue aún mayor. Esta circunstancia puede comprobarse en los países industrializados, donde este tipo de envíos representa el 59,6% de los ingresos.

Incremento de la paquetería

En 2013, casi el 19% de los ingresos postales procedieron de los paquetes y de la logística, con un total estimado por lo que se refiere al tráfico de encomiendas, de 6.700 millones de envíos. La mayor parte procede del correo doméstico, 6.600 millones de envíos, representando un incremento del 3,7%. Las encomiendas internacionales también subieron a 67 millones de envíos, creciendo un 5,8% desde 2012.

El número de encomiendas ha aumentado en todas las regiones del mundo a excepción de Asia-Pacífico,

donde se observó un ligero descenso. «Esto podría deberse a que, en esta región, se ha privilegiado el encaminamiento de mercancías a través de EMS», indicó Ansón

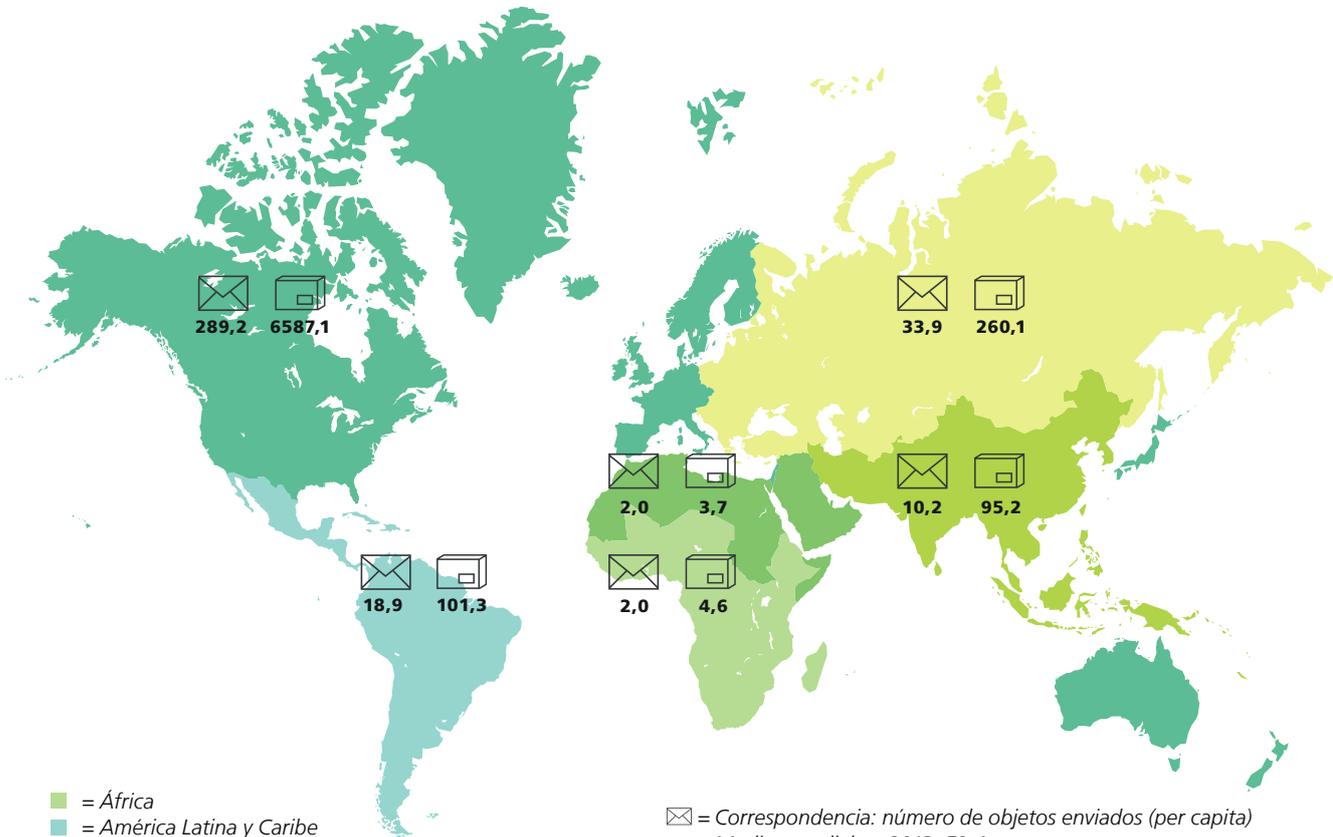
Acceso

Los servicios financieros postales representaron el 14,5% de los ingresos en 2013. «Otros servicios» – que incluyen también los servicios no postales, como el comercio minorista de tarjetas de móvil y similares – representaron el 23,5% de los ingresos globales, frente al 21% en 2012.

La red postal sigue siendo la mayor red física del mundo. En 2013 su tamaño se mantuvo estable, con unas 663.200 oficinas de Correos y 5,4 millones de empleados asegurando el servicio en el mundo entero. Casi el 70% del personal de las oficinas está integrado por funcionarios de correos, y el 30% restante lo está por personas que no forman parte oficialmente de los efectivos del operador postal nacional.

En 2013, según la media mundial, una oficina de Correos daba servicio a 10.747 habitantes. En los países industrializados, incluidos Japón, Australia y Nueva Zelanda, este acceso ha permanecido estable. En los países en desarrollo de Asia-Pacífico, el acceso ha disminuido. En África, sin embargo, sucedió todo lo contrario, el número de habitantes a los que una oficina de Correos da servicio ha aumentado. Dicho eso, alrededor del 44% de los habitantes de ese continente no se benefician de la entrega a domicilio y deben recoger su correspondencia en la oficina de Correos local.

En 2013, 150 de los 192 países miembros de la UPU han respondido a esta encuesta sobre la situación postal. **FM**



- = África
- = América Latina y Caribe
- = Asia-Pacífico
- = Europa del Este y CEI
- = Países árabes
- = Países industrializados

✉ = Correspondencia: número de objetos enviados (per capita)
Media mundial en 2013: 59,4

📦 = Encomiendas postales: número de objetos enviados (por 1.000 habitantes)
Media mundial en 2013: 942



Correspondencia

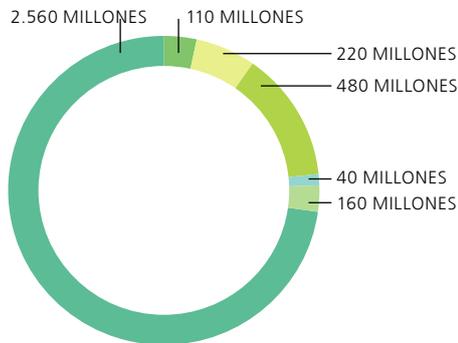
TRÁFICO TOTAL EN 2013: 339.800 MILLONES DE ENVÍOS

SERVICIO INTERNO:

336.300 MILLONES DE ENVÍOS (99,00 % DEL TRÁFICO TOTAL)
2012 – 2013: –2,8%

SERVICIO INTERNACIONAL:

3.500 MILLONES DE ENVÍOS (1% DEL TRÁFICO TOTAL)
2012 – 2013: –5,6%



Volumen internacional: estimaciones por región en 2013



Encomiendas ordinarias

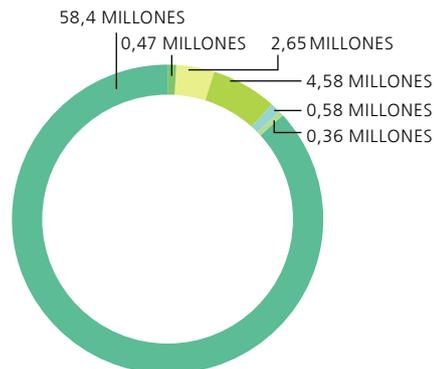
TRÁFICO TOTAL EN 2013: 6.715 MILLONES DE ENVÍOS

SERVICIO INTERNO:

6.648 MILLONES DE ENVÍOS (99,00 % DEL TRÁFICO TOTAL)
2012 – 2013: +3,68%

SERVICIO INTERNACIONAL:

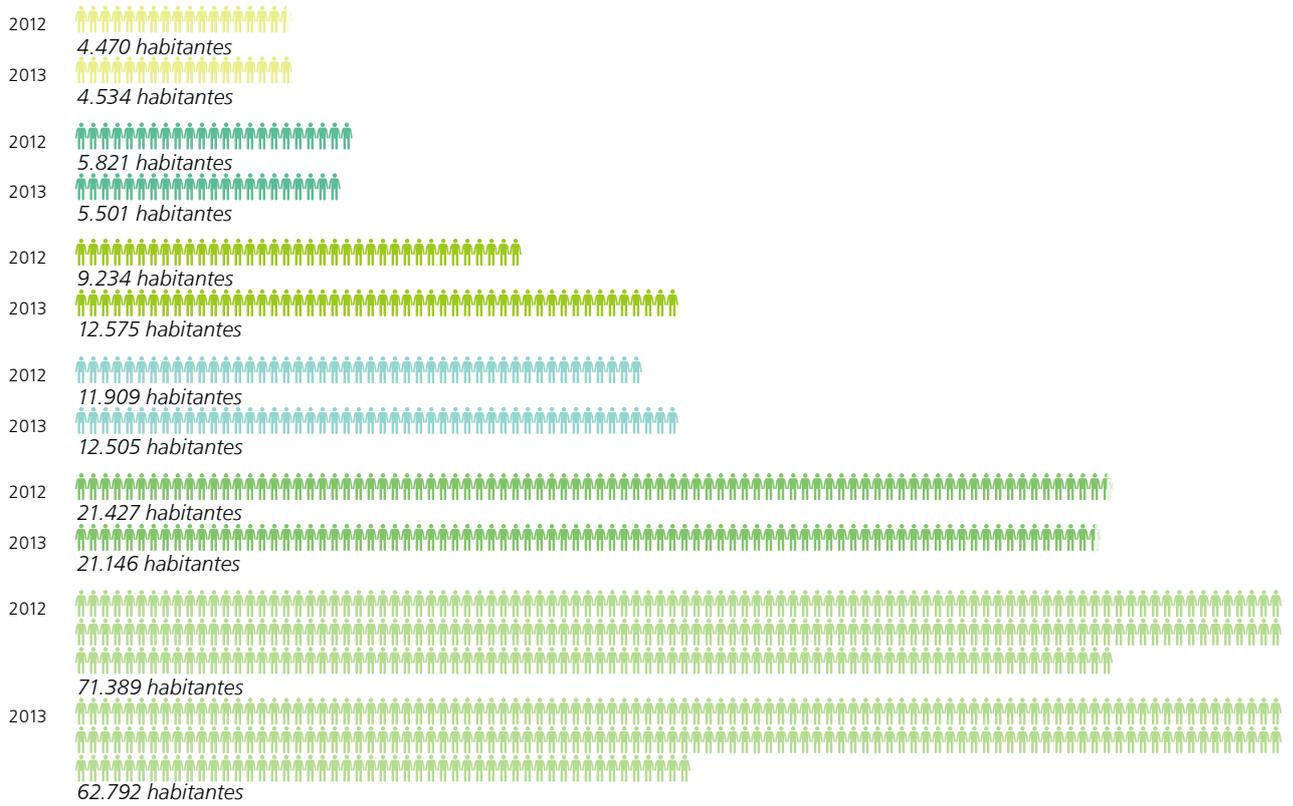
67 MILLONES DE ENVÍOS (1% DEL TRÁFICO TOTAL)
2012 – 2013: +5,8%



Volumen internacional: estimaciones por región en 2013

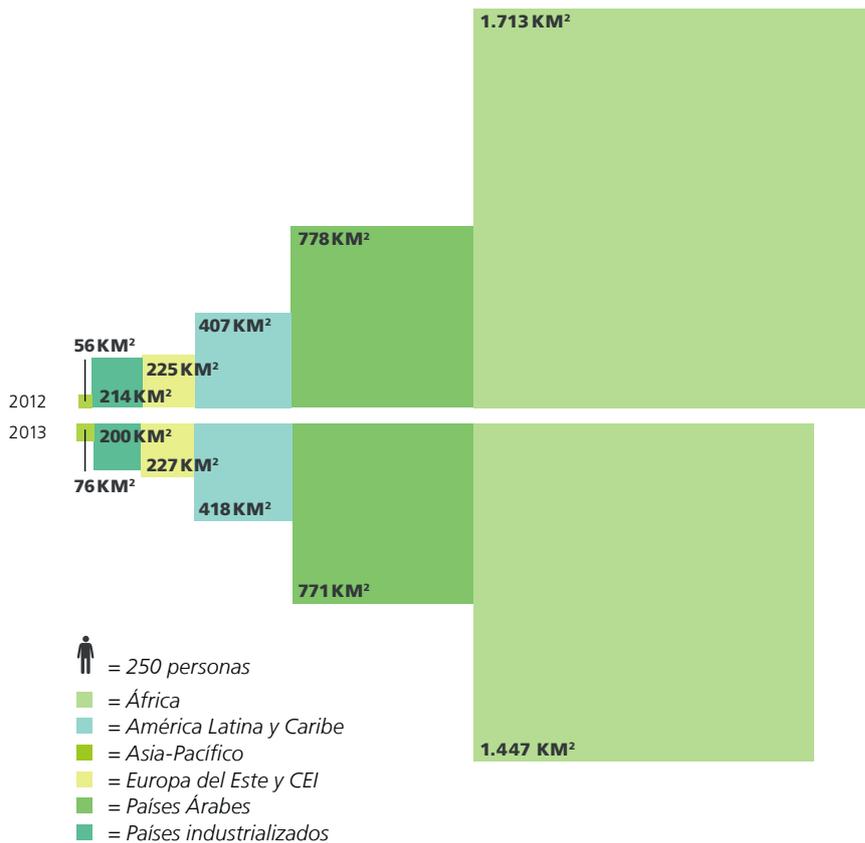
MEDIA MUNDIAL EN 2013: 10.747

Habitantes por oficina de Correos



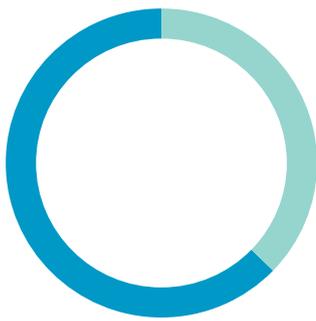
MEDIA MUNDIAL 2013: 205 KM²

Superficie media cubierta por una oficina permanente



ESTIMACIÓN A NIVEL MUNDIAL EN 2013: 663.200

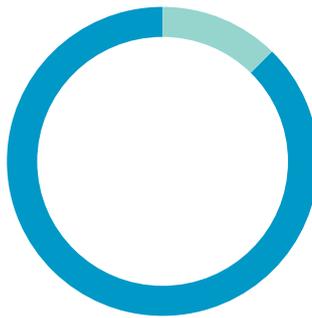
Oficinas de Correos



- 448.332 oficinas con personal del operador postal (67,6%)
- 214. 878 oficinas con personal ajeno al operador postal (32,4%)

ESTIMACIÓN A NIVEL MUNDIAL EN 2013: 5,4 MILLONES

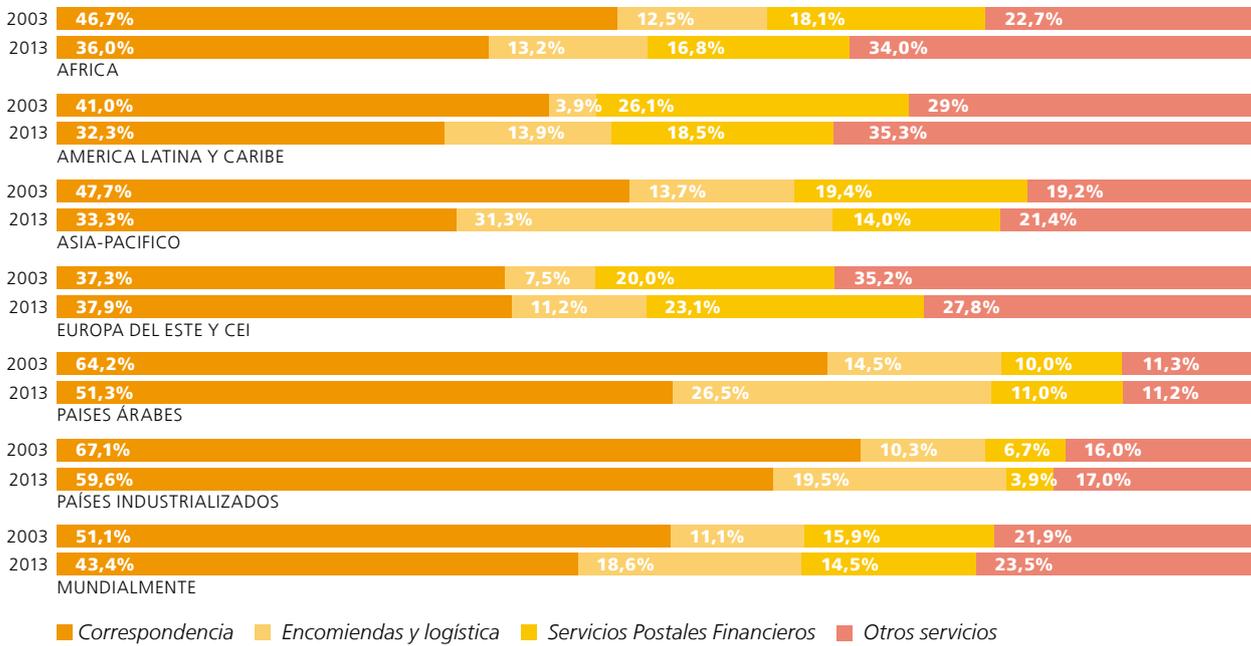
Personal de Correos



- 4,35 millones a tiempo total (80,3%)
- 1,07 millones a tiempo parcial (19,7%)

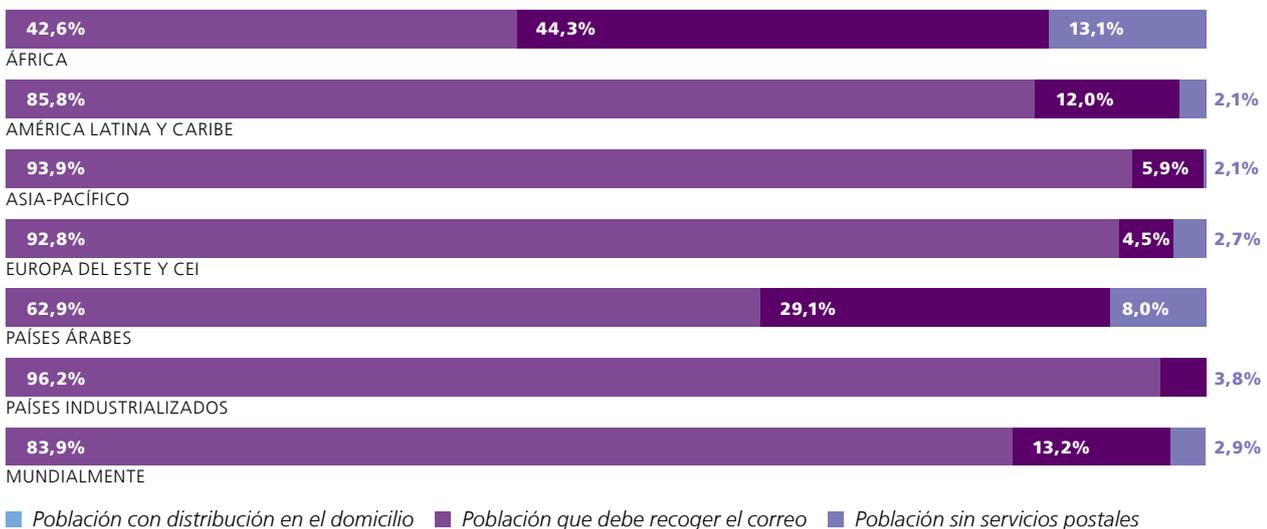
PARTICIPACIÓN EN LOS INGRESOS POR REGIÓN, 2003 Y 2013. MEDIA SIMPLE DE LOS OPERADORES DESIGNADOS EN CADA REGIÓN

Ingresos postales por línea de negocio



ESTIMADO POR REGIÓN EN 2013; PROMEDIO PONDERADO POR POBLACIÓN

Modos de distribución del correo por región





Las innovaciones del GMS identifican los posibles bloqueos

Las recientes innovaciones introducidas en el Global Monitoring System (GMS) de la UPU para supervisar el trayecto de los envíos de correspondencia internacional, ayudan al Correo suizo a identificar mejor los potenciales bloqueos en el flujo de los envíos de dicha correspondencia.

**TEXTO:
DAVID
KOCH**

Estas nuevas funciones han facilitado la producción de informes más detallados que señalan dónde y cuándo tienen lugar los retrasos en la cadena postal de extremo a extremo. De hecho, ésta es una de las razones por las que Swiss Post decidió utilizar exclusivamente el GMS a partir de 2013. «Estas mejoras han sido muy positivas y los costos del GMS competitivos», declaró Marek Vransky, responsable de calidad del correo internacional en Swiss Post.

El GMS ha ayudado a los Correos a partir de 2009 a analizar su desempeño en la entrega de los envíos de correspondencia internacional. El sistema de medición involucra a una serie de personas ajenas al Correo, conocidas con el nombre de «panelistas», que envían y reciben cartas conteniendo un diminuto chip que puede ser identificado por radiofrecuencia (RFID por sus siglas en inglés). Cada vez que una de estas cartas de prueba pasa por un control RFID – consistente en una antena de barrido situada en las instalaciones postales – su situación se registra para el análisis en la base de datos GMS STAR.

Zonas de distribución

Anteriormente, era posible conocer el porcentaje de cartas que llegaban puntualmente a su destino exclusivamente en una ciudad determinada. Para Swiss Post, eso significaba que el GMS STAR podía proporcionar datos sobre la velocidad del despacho importado, medida desde la aceptación del envío en la unidad de correo aéreo de Swiss Post en el aeropuerto de Zúrich hasta la oficina de cambio principal, generando estadísticas de entrega en las siete grandes ciudades suizas:

Basilea, Berna, Ginebra, Lausana, Lucerna, Winterthur y Zurich. Pero, gracias a una nueva funcionalidad, el sistema realiza análisis más detallados dividiendo esas ciudades en las denominadas «zonas de distribución».

En el caso que nos ocupa, destacado por Vransky, el tiempo de entrega de las cartas a Ginebra cayó por debajo de los niveles deseados. Sin embargo, análisis posteriores revelaron que el porcentaje de cartas que llegó a tiempo fue elevado en dos de las tres zonas de distribución de la ciudad. De esta forma, se pudo descartar que hubiera un problema en el enlace Zúrich – Ginebra, ya que todas las cartas internacionales llegaban allí por el mismo camino. Esto permitió al Correo centrarse en los problemas logísticos dentro de esa tercera zona de distribución. «Estos informes nos ayudan a saber si hay un problema en una parte concreta del sistema», explicó Vransky.

Acceso corriente abajo

Un informe del GMS STAR haciendo el seguimiento de una carta demuestra la utilidad del GMS para analizar el acceso corriente abajo. El informe en cuestión nos detalla el trayecto de una carta concreta en Suiza que comienza en la tarde del 4 de septiembre de 2014, cuando entra en la oficina de cambio Zurich-Mülligen. La carta deja las instalaciones a las 22:47 y llega por vía férrea al centro de clasificación de Ginebra algunas horas más tarde, según detectan los lectores de RFID instalados allí. Pero el mismo lector del centro de clasificación de Ginebra detecta la carta a las 6:42 de la

«El equipo GMS es muy activo. Desarrolló unas bases muy sólidas desde el principio y, además, no se durmió en los laureles»

Marek Vrany, responsable de la calidad del correo internacional, Swiss Post

mañana del 5 de septiembre – la hora en la que debería haber estado camino de la oficina de distribución local para su entrega al cliente, explica Vrany.

Una entrada adicional revela que el mismo centro de clasificación de Ginebra vuelve a detectar la carta esa misma tarde, y otra vez al día siguiente a las 4 de la mañana. Para entonces, la carta ya debería haber sido entregada a su destinatario.

Como subraya Marek Vrany, los operadores postales pueden utilizar este tipo de datos para corregir los problemas que surgen en el flujo de envíos de correspondencia. Además ayudó a tomar medidas correctoras en el centro de Ginebra en cuestión. En efecto, fue posible prevenir al responsable del centro de clasificación de que se había identificado un problema en un lugar determinado, que existían muchas pruebas y que tenía que resolverlo.

Visibilidad doméstica

Concentrarse en esta zona de entrega era sólo el primer paso. Otra función identificó aún más problemas en el sistema aprovechando los datos sobre el recorrido de una de las cartas. Esos datos provenían de controles RFID ubicados en todos los centros del sistema postal suizo. «En cada entrada o salida... de esos puntos logísticos, tenemos controles RFID, capaces de identificar cuando los envíos llegan y cuando salen del centro», indicó Vrany. Esto se conoce en la jerga GMS como «visibilidad doméstica».

Como el gobierno suizo había exigido al Correo que cumpliera con unos estándares elevados de entrega –

97,6% de las cartas nacionales debían entregarse en la fecha esperada – el operador designado ya tenía una amplia red de controles RFID, que permitían el seguimiento riguroso de grandes volúmenes de flujos domésticos. El reto era utilizar estos lectores domésticos – unos 600 en total – para medir el correo internacional que llega a Suiza, mediante la integración de los datos en el GMS STAR. Esta unión de los dos sistemas se logró a través de la colaboración entre Swiss Post, la UPU, y una empresa privada que gestiona el sistema RFID doméstico. El software desarrollado conjuntamente permite ahora que la base de datos reciba información de estos lectores domésticos lo que ayuda a Swiss Post a identificar y corregir problemas como el citado de la caída en una zona de entrega de Ginebra.

El camino hacia la calidad

Más de 5.000 cartas de prueba del GMS se envían anualmente a un 30 panelistas en Suiza, produciendo una gran cantidad de información que ayuda a garantizar al Correo una rápida atención a los problemas logísticos. Vrany elogió a la UPU por su contribución indirecta a la satisfacción del cliente a través de estas recientes innovaciones en el GMS. La buena cooperación con el equipo responsable del sistema de control de la UPU ayudó mucho. «El equipo está muy activo. Elaboró una base muy sólida desde el principio y no se durmió en los laureles», afirmó Vrany. «Sigue desarrollando el sistema para hacerlo más fácil de utilizar y para ayudar a los operadores a identificar mejor los problemas y los retrasos en la cadena logística», añadió. **DK**



Eslovaquia: medidas para mejorar el servicio postal

Dos proyectos financiados por la UPU están ayudando al operador designado de Eslovaquia a gestionar mejor el incremento de los flujos de correspondencia internacional debido al *boom* del comercio electrónico. Buenas noticias en un momento en que el Correo eslovaco se esfuerza en mejorar su servicio rápido en un mercado postal competitivo y recientemente liberalizado.

TEXTO:
DAVID
KOCH

En noviembre, la UPU ha reconocido la importancia de los dos proyectos destinados a acelerar el transporte del correo internacional a la oficina principal de cambio de Eslovaquia, por su capacidad para mejorar el servicio postal en esta nación de Europa del Este. El Correo eslovaco, Slovenská Pošta, recibió dos certificados del Fondo para la Mejora de la Calidad de Servicio (FMCS) reconociendo el éxito del proyecto.

Mecanización

La financiación del FMCS ayudó a Slovenská Pošta a comprar nuevos equipos para la oficina principal de cambio en Bratislava, la capital del país. Compras por valor de unos 67.500 dólares incluyen una carretilla elevadora eléctrica, 20 contenedores jaula, varios carros de cuatro ruedas, una máquina encuadernadora y otros equipos que contribuyen a la mecanización de las operaciones. Ján Kollár, responsable de asuntos internacionales y regulatorios del Correo, describió estos materiales como un «equipo estándar necesario para las operaciones del día a día de la oficina de cambio».

Según Kollár, quien es también coordinador del FMCS de Eslovaquia, este proyecto ha hecho que el trabajo del personal que manipula el correo sea más eficiente, y en una entrevista con *Union Postale* añadió: «Esta mecanización les ha ayudado a mejorar su productividad y calidad de servicio. Y como los productos adquiridos están estandarizados pueden utilizarse fácilmente con otros equipos postales».

Y los resultados han sido excelentes. Una evaluación independiente por parte del FMCS mostró que el tiempo

de carga del vehículo se redujo de 85 minutos en 2007 a 30 minutos en 2013, lo que hizo que el Correo evitara retrasos en su plan de ruta.

Mejoras tecnológicas

Un segundo proyecto permitió mejorar el despacho de correspondencia internacional mediante una ampliación del sistema informático existente. Anteriormente al envío, el módulo de aplicación electrónica transmite datos automáticamente al Aeropuerto Internacional de Viena, situado a unos 50 km de Bratislava, responsable de tratar todo el correo aéreo eslovaco. Los datos permiten a los colegas de Austrian Post del aeropuerto preparar las expediciones, optimizando la mano de obra y el transporte.

La tecnología, con un coste de unos 71.000 USD, incorporada por primera vez en 2010, permitió que Slovenská Pošta cumpliera con su objetivo de reducir los tiempos de despacho internacional en más de la mitad, de 50 minutos a no más de 20. Los estrictos horarios de los vuelos hacen que cada momento ahorrado sea muy valioso, dijo Kollár. «Cada minuto es precioso. La aceleración de los despachos refuerza la competitividad del Correo por lo que hay una gran presión para acortar los tiempos de tránsito», añadió.

Repunte internacional

El Correo ha experimentado un repunte significativo en los volúmenes de internacionales durante la última década, con la entrada de objetos casi duplicada, pasando de 15 millones en 2003 a más de 25 millones



Los clientes eslovacos se benefician de un mejor servicio postal (Foto: Peter Zelizňák).

en 2012. El número de envíos de salida creció aún más, pasando de 10 millones a más de 25 durante el mismo período. En 2013, el crecimiento continuó a una tasa anual de casi el 3,5% para los envíos postales internacionales. Kollár señaló que los proyectos patrocinados por el FMCS han ayudado al Correo eslovaco a tratar mayores volúmenes: «Debido a esta mecanización, el Correo puede ahora aceptar más envíos postales», afirmó.

Evolución del mercado

La posición del Correo eslovaco en el mercado ha cambiado en los últimos años debido a la liberalización del sector postal en el seno de la Unión Europea. En efecto, ciertas categorías de envíos previamente reservados al Correo se han ido reduciendo gradualmente y en 2012 se eliminaron por completo. Dado que los ingresos de las antiguas «áreas reservadas» ya no ayudan a financiar la obligación de servicio universal, el cambio creó un problema financiero para el único operador designado de Eslovaquia, explicó Kollár.

Para compensar esta pérdida, un fondo administrado por el Estado se nutre de las aportaciones de los operadores postales cuyas prestaciones son consideradas «intercambiables» con las incluidas en el servicio universal. El operador designado puede acceder al fondo si los costes netos derivados de la provisión de las obligaciones de servicio universal «plantan una carga financiera injusta», según el informe anual del 2013. Si existiera un déficit en este fondo, Kollár explicó, estará cubierto por el presupuesto del Estado.

Hasta ahora, el Correo eslovaco ha resistido los cambios del mercado a la vez que cumplía con otro objetivo: evitar despidos masivos. La empresa estatal volvió a negro en 2013, con ganancias superiores a 4 millones de euros (4,9 millones de USD) después de varios años consecutivos de pérdidas. El operador designado ha informado de un aumento de la actividad en sus servicios internacionales como uno de los factores que más han influido en ese resultado positivo. En particular, Kollár puso de relieve un aumento anual de más del 200% en envíos procedentes de países asiáticos.

Sin embargo, todavía tienen que contar con un mercado en el que están registradas más de 20 empresas de correos. «La competencia es muy fuerte», dijo Kollár, añadiendo que los principales rivales se perfilan sobre todo en el mercado de comercio electrónico. «Creemos que habrá más operadores tratando con la paquetería», dijo.

Los fondos del FMCS para mejorar el desempeño internacional de envíos de correspondencia han proporcionado una ayuda esencial para el Correo eslovaco que invierte la mayor parte de sus recursos financieros en el servicio interno. «Estos fondos nos ayudan a equilibrar el estado de las inversiones entre los servicios postales nacionales e internacionales, a mejorar la calidad de servicio y alcanzar el nivel de rendimiento requerido por la correspondencia internacional», concluyó Kollár. **DK**



Dinamarca decreta el buzón digital

Dinamarca es el primer país del mundo que hace obligatorio que sus ciudadanos cuenten con un correo electrónico

TEXTO:
VINCENT
LONDON

Desde noviembre de 2013, todas las personas mayores de 15 años de edad que tengan un número de CPR (la identificación personal danesa), deben registrarse con un buzón digital para que puedan comunicarse con las autoridades públicas.

Tanto si se cambia de dirección, se solicita cuidado para los niños, apoyo en la casa, una pensión o un permiso para edificar, como si se desea ver el estado de los impuestos, llamar a un médico o abandonar Dinamarca, cualquier información del ayuntamiento, hospital o autoridades fiscales será enviada electrónicamente. «Tenemos un objetivo claro: el 80% de las comunicaciones escritas de y para el sector público ha de ser digital a finales de 2015», afirma Lars Frelle-Petersen, presidente de la Agencia Danesa para la Digitalización. A partir de esa fecha, se espera que Digital Post ahorre al sector público alrededor de 130 millones de euros cada año.

Beneficios

La eliminación del correo en papel y el cambio a la correspondencia digital es rápido, seguro y eficiente, asegura el gobierno. El principal beneficio para los ciudadanos daneses es que pueden obtener todo su correo importante en una única ubicación segura y libre de spam y conservar los documentos en forma electrónica todo el tiempo que quieran. «Gracias a este autoservicio en línea, las autoridades públicas ofrecerán a los ciudadanos un servicio más flexible y moderno», declara Frelle-Petersen, añadiendo que tanto las personas privadas como las empresas, ya eran grandes usuarios de los servicios de internet de todo tipo.

Para dar a conocer el cambio y asegurarse de que todos los ciudadanos conocían la transición, el gobierno organizó una gran campaña de comunicación. Se realizaron continuas encuestas para comprobar a qué sectores de la población aún no se había dirigido. El 1 de noviembre, el 65,9% de los 4,7 millones de daneses mayores de 15 años estaban inscritos en Digital Post, el 10,1% quedó excluido, y el 24% fue registrado de oficio.

Las exenciones incluyen a todos los que tienen dificultades con el idioma o deficiencias lingüísticas así como a los residentes en el extranjero o los que no tie-

nen un ordenador dotado de acceso a internet en su domicilio. Estas personas continuarán recibiendo las cartas de las autoridades públicas por medio del correo ordinario. Aunque las autoridades admiten que ciertas situaciones, como una discapacidad o demencia, exigen una exención, muchas de las exenciones sólo serán temporales, ya que se supone que las barreras del idioma y la falta de acceso a Internet se pueden superar.

Según la Agencia para la Digitalización, la transición ha ido muy bien: «Continuamos vigilando la puesta en marcha con el fin de poner remedio a todo obstáculo o anomalía imprevistos y de ayudar a todo el que lo necesite», asegura Frelle-Petersen.

Se puede acceder a Digital Post en cualquiera de los dos sitios web seguros: Borger.dk o e-Boks.dk. Los usuarios inician la sesión con la firma digital NemID, clave única de identificación para los sitios Web públicos, las operaciones bancarias en línea y otros sitios web y servicios. El NemID consiste en un identificador de usuario, una contraseña y una lista de códigos utilizables una sola vez.

Como el correo

El buzón digital tiene el mismo estatus que el buzón físico. Esto significa que el receptor es el responsable de leer cualquier nuevo mensaje que llegue. Para asegurar que no pierde ninguna correspondencia, la persona puede elegir entre la notificación mediante un mensaje de texto o un correo electrónico. También se permite dar acceso a cualquier miembro de la familia que pueda ayudar con el manejo del Digital Post, aunque siempre será el interesado el responsable de su propio correo. En los nuevos buzones digitales también es posible recibir correo de empresas privadas como los bancos, empresas a cargo de pensiones y de servicios públicos (eléctricas, agua, gas etc.).

Esta es la última etapa de la campaña que lleva a cabo Dinamarca para reemplazar el correo físico por el digital. La iniciativa es parte de la Estrategia e-Government 2011 – 2015, que pretende digitalizar los servicios del sector público en cuatro grandes etapas. Para el periodo 2016 – 2020 ya se está preparando una nueva estrategia. **VL**



ONU Mujeres y UPU unen fuerzas

La nueva colaboración entre la UPU y ONU Mujeres, un gran empuje en la lucha para asegurar la igualdad de género en todo el mundo

TEXTO:
FARYAL
MIRZA

Los Unión Postal Universal y la ONU Mujeres han anunciado su intención de explorar vías comunes para empoderar a las mujeres en el sector postal, en la UPU y en otros lugares. «Con un socio tan fuerte como ONU Mujeres a nuestro lado, la UPU hará su parte para que la igualdad de género aumente tanto dentro como fuera de sus muros», afirmó el director general de la UPU, Bishar A. Hussein.

Por su parte, la directora de la ONU Mujeres Ejecutivas, Phumzile Mlambo-Ngcuka, dijo: «Esta es una victoria para el Correo y para las mujeres de todo el mundo. Sin lugar a dudas, nuestra alianza con la UPU puede cimentar un compromiso con una mayor equidad de género en las cadenas de suministro y de empleo en un sector que tiene un enorme alcance y penetración en las zonas rurales y en todo el mundo».

Empoderamiento

Empoderar a las mujeres para que sean económicamente activas e independientes es crucial para la reducción de la pobreza en la sociedad. «Las mujeres son capaces de hacer cambios positivos en su vida y en la sociedad cuando participan en las actividades económicas. Con un medio de vida y un ingreso propio, las mujeres están más reconocidas, pueden mantener a sus familias y ser autónomas en otros aspectos de su vida, como tomar decisiones en materia de educación, vivienda, elección de alimentos y la atención médica», añadió Mlambo-Ngcuka.

El primer proyecto conjunto en el marco del nuevo acuerdo será un estudio sobre lo bien que la red postal atiende a las necesidades financieras de las mujeres en todo el mundo. Los resultados – incluyendo recomendaciones sobre la ampliación del acceso a servicios financieros postales – se esperan a principios de 2015. «La red postal ya está ayudando a más de mil millones de personas a acceder a los servicios financieros básicos en todo el mundo, por lo que está bien posicionada para ayudar aún más a que las mujeres se emancipen económicamente», aseguró Bishar Hussein.

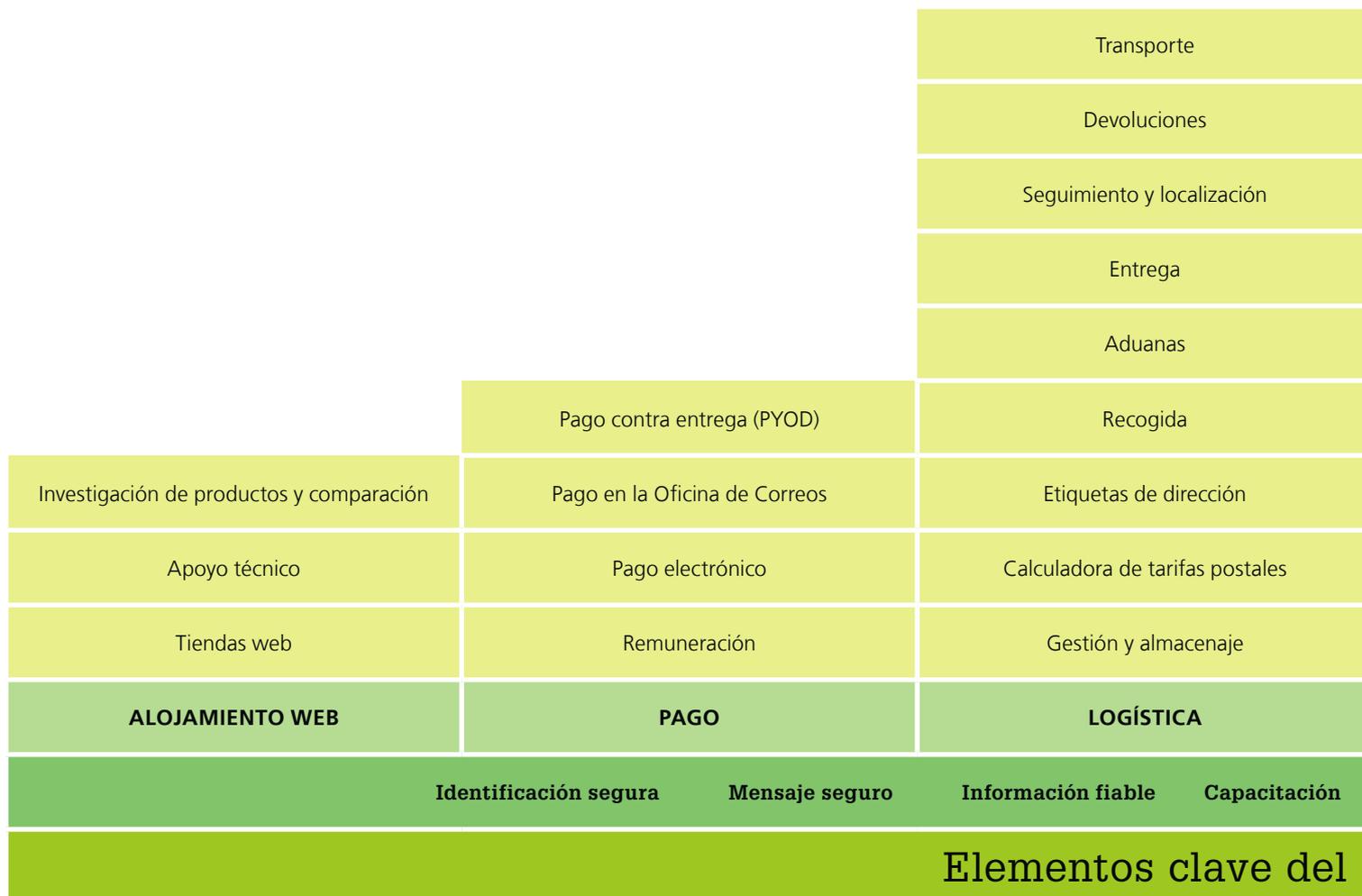
ONU-SWAP

Según el acuerdo, la Oficina Internacional de la UPU reafirma su compromiso de aplicar progresivamente el Plan de Acción de la ONU para todo el sistema de las Naciones Unidas sobre la Igualdad de Género y Empoderamiento de las Mujeres (ONU-SWAP). Este plan asigna indicadores de rendimiento para el logro de la igualdad de género en todas las organizaciones de la ONU. «Estamos comprometidos a que más mujeres ocupen altos cargos en la Oficina Internacional de la UPU», afirmó Hussein. «Los principios de profesionalismo, mérito y cualificación serán nuestra guía», añadió.



El famoso Empire State Building se vistió de color naranja el 25 de noviembre, para celebrar el Día Internacional de la Eliminación de la Violencia contra la Mujer. (Foto: UN Women/Ryan Brown).

Esta postura cosechó elogios de ONU Mujeres. «Damos nuestra bienvenida al apoyo de la UPU, y a su compromiso con la ONU-SWAP» dijo Mlambo-Ngcuka. En 2010, la Asamblea General de las Naciones creó ONU Mujeres como organización de la ONU para la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres. **FM**



ECOMPRO – El nuevo marco del comercio electrónico presentado por la UPU.

La UPU adopta un nuevo marco global integrado

La UPU y sus países miembros han puesto en marcha una serie de medidas en un tiempo récord para aprovechar mejor el crecimiento del comercio electrónico bajo ECOMPRO, un nuevo marco global integrado.

Consultoría comercio-electrónico			
Análisis de datos del cliente	Publicidad en los medios		
Ventas	Publicidad en la web	Información pedidos	
Marketing	Marketing vía e-mail	Información clientes	
Centro de llamadas	Marketing directo	Información productos	
CRM	PROMOCIÓN Y MARKETING	INTERCAMBIO DE DATOS	
Desarrollo de mercado	Normas de interconectividad	Cooperación	Financiación
comercio electrónico			

TEXTO:
RHÉAL
LEBLANC

En los seis meses que finalizaron en octubre de 2014, la Unión ha podido desarrollar los elementos clave de trabajo necesarios para cubrir los componentes esenciales de la cadena logística del comercio electrónico. «El comercio electrónico está cambiando la forma de hacer negocios», señaló el brasileño Vantuyl Barbosa, vicepresidente del Consejo de Explotación Postal (CEP) y encargado de supervisar el trabajo de la UPU en el marco del comercio electrónico, conocido como ECOMPRO. «Los Correos deben adaptarse al mercado y proporcionar tanto a los minoristas electrónicos como a los clientes los servicios que desean».

Los trabajos de puesta en marcha ya han comenzado. En julio de 2015, los minoristas en línea de todo el mundo podrán trasladar sus mercancías por las fronteras con más facilidad cuando los Correos comiencen a ofrecer un nuevo servicio de paquetería opcional que responda a esta necesidad.

El CEP aprobó en su reunión plenaria de octubre las especificaciones para un servicio que cubre envíos de hasta 30 kg. También ofrece opciones de segui-

miento y localización y entrega en los cinco días laborales desde el momento en que el envío llega al país de destino. El nuevo servicio no exige firma en la entrega.

A partir de 2016, Correos tendrá que proporcionar un preaviso sobre el contenido del paquete a las autoridades aduaneras, una medida que se espera mejore el despacho aduanero. Con el tiempo, los clientes también podrán elegir la ubicación de entrega preferida. El CEP validó un servicio de retorno de mercancías, lo que hará que sea más fácil para los clientes devolver mercancías no deseadas a los minoristas electrónicos en el extranjero. También se dio luz verde a una nueva guía de comercio electrónico con recomendaciones prácticas para los Correos.

En el futuro, los trabajos se centrarán en el desarrollo de objetivos en materia de remuneración en función de los resultados para aquellos operadores que propongan este servicio facultativo, así como en la puesta en marcha de un sistema de reclamación por Internet para los clientes. **RL**





Proteger la vida privada frente al crecimiento de Internet

A medida que nuestra vida se mueve más y más en Internet, las huellas digitales que dejamos son cada vez más visibles, haciendo que la regulación y la gobernanza sean cruciales. Robin Wilton, director técnico de Internet Society, agencia especializada en temas de identidad y privacidad, explica si es posible intercambiar informaciones en línea sin sacrificar la vida privada y las consecuencias que tendría para la sociedad, en caso contrario.

TEXTO:
VINCENT
LONDON

FOTOGRAFÍA:
INTERNET
SOCIETY

Union Postale: En el debate sobre la privacidad ¿qué es lo que más le preocupa?

Robin Wilton: por encima de todo, la escala y el alcance de la misma. Todo lo que hacemos en línea es posible gracias a la intervención de, al menos, un tercero. Al revisar nuestro e-mail o cualquier otra cosa, todo pasa por nuestro proveedor de servicios de Internet o ISP. Cuando compramos algo en línea, no somos sólo nosotros y el minorista quienes están al corriente de la transacción. Cada vez más, todo lo que hacemos – incluso lo que hacemos fuera de línea, como caminar con el teléfono o el dispositivo GPS – está mediado digitalmente por alguien más. Todo ello contribuye a nuestra huella digital.

¿Se trata de una tendencia irreversible?

La evolución de la tecnología es tal, que es mucho más fácil que nuestros datos se publiquen que se mantengan en secreto, es mucho más fácil agregar datos que segregarlos, más fácil mantenerlos que eliminarlos; así que el camino de la menor resistencia y la inercia nos llevan, inexorablemente, en esa dirección. Esa es la dirección que impregna la tecnología. Lo único que puede detener o frenar este fenómeno son las etapas que hacen más difícil una transacción o, de alguna manera, la frenan; o la regulación y la gobernanza.

¿Cuál es el papel de Internet Society en todo esto?

Nuestra misión es tratar de intermediar entre la perspectiva de los legisladores y la dimensión tecnológica.

El tercer círculo superpuesto en el diagrama de Venn es el beneficio social de Internet. El ritmo de la innovación nos está llevando en una dirección muy concreta y es abrumadoramente comercial y motivada por lo económico. Pero en realidad hay un valor social en el progreso tecnológico, que proviene no sólo del progreso, sino del progreso utilizado de manera correcta. Nuestro lema corporativo es: «Internet es para todos».

Diferentes países seguramente tienen puntos de vista también muy diferentes sobre la privacidad.

Así es, y se debe a que la identidad y la privacidad son ambas construcciones esencialmente sociales y lo que piensas que quieren decir depende a menudo del contexto cultural y, aun dentro de una misma cultura, es también altamente contextual. Las cosas que pensamos son privadas en un contexto determinado, son las mismas que nos parece que debemos revelar en otro. Se trata de un comportamiento social muy matizado, pero encontrar la forma de interpretar este comportamiento en términos digitales es un poco como si tratáramos de arreglar un reloj suizo con un mazo.

Oiremos a la gente decir que la respuesta al problema de la privacidad o de la confidencialidad es cifrarlo todo... pero la privacidad no es sólo mantener el secreto de los datos. Es cuestión de divulgarlos, pero con unas determinadas expectativas sobre el alcance, el contexto y el destinatario.

La protección de datos según la UPU

El Convenio Postal Universal, como tratado internacional vinculante para los países miembros y, en consecuencia, para sus operadores designados, establece que los datos personales de los usuarios sólo se pueden emplear para las finalidades indicadas para las que fueron obtenidos, de conformidad con la legislación nacional aplicable.

Los países miembros y sus operadores designados también están obligados a garantizar la confidencialidad y seguridad de los datos personales de los usuarios, de conformidad con su legislación nacional. Los operadores designados están obligados a informar a los usuarios sobre cómo se utilizan sus datos personales y el propósito para el que se ha recogido la información.

Para las remesas enviadas a través de la red postal en el marco del Acuerdo de Servicios Postales de Pago de la UPU, también existe la obligación de garantizar la seguridad de estos intercambios electrónicos.

Los archivos, bienes y dependencias de la UPU son inviolables e inmunes ante cualquier registro, requisa, confiscación, expropiación o cualquier otra forma de injerencia, sea por acción ejecutiva, administrativa, judicial o legislativa. «Esto está en conformidad con los tratados internacionales y otras leyes nacionales sobre la situación jurídica de la UPU como organización intergubernamental y organismo especializado de las Naciones Unidas», afirmó Ricardo Guilherme Filho, director de asuntos jurídicos de la UPU.

En el aspecto técnico, la UPU respalda esta afirmación con sistemas físicos y digitales seguros, diseñados para prevenir el acceso no autorizado y con la existencia de copias de seguridad para que los datos estén protegidos en caso de incendio, terremoto u otro desastre natural.

La UPU trabaja actualmente con el Correo de Costa Rica en un proyecto sobre los grandes volúmenes de datos en colaboración con la iniciativa de las Naciones Unidas, Global Pulse. En virtud de un acuerdo, el Correo ha autorizado específicamente a la UPU a acceder a sus datos a los efectos de esta investigación con fines de desarrollo.

¿Es posible cuantificar la amenaza?

Esta es una cuestión muy compleja. Desde hace años, muchas personas han tratado de cuantificar la amenaza a la vida privada en términos de los perjuicios causados. Por ejemplo, ¿ha sufrido usted o ha tenido pérdidas financieras? Esto funciona en algunos casos, pero es más difícil de remediar si el perjuicio concierne a su reputación en lugar de a su saldo bancario.

En el Reino Unido, cuando han tratado de hacer un análisis de las amenazas, han intentado definir también qué tipo de datos son particularmente sensibles. Han establecido que ciertos casos de violación de la confidencialidad puede constituir una amenaza directa de daño físico, lo que representa un caso extremo. El daño que es más difícil de cuantificar, sin embargo, es en qué medida la falta de respeto por la privacidad afecta al

tejido social. ¿Cómo se comportan las gentes si piensan que todo lo que hacen es controlado o hecho público?

¿La actuación de los «trolles» en Internet podría justificar algún tipo de acción?

El tema de los «trolles» es un asunto espinoso. Si se mira desde el punto de vista del legislador, este tipo de actuación justifica que no haya acceso sin autenticación a los servicios de Internet. Es un reflejo de la idea «nada que esconder, nada que temer». El acceso a la información sólo a los usuarios autorizados está de todo punto justificado, a menos que sea usted una mujer maltratada, un solicitante de asilo, o un agente de policía infiltrado. La utilización de pseudónimos es perfectamente legítima, y, desde un punto de vista social, incluso el anonimato. El problema reside más en que el seudónimo de una persona facilita la suplantación de la personalidad de otra.

¿Qué efecto tiene el «Internet de las cosas»?

Antes, he mencionado alcance y escala y, claramente, el Internet de las cosas es probable que lo agravaría en un orden de magnitud... creo que, con el Internet de las cosas, los problemas de sensibilización del público y de consentimiento son aún mayores porque es cada vez menos probable que sepamos lo que todos los dispositivos están diciendo sobre nosotros. Si los dispositivos empiezan a comunicarse entre sí, las aplicaciones infiltradas podrán leerse mutuamente las agendas de contactos, por ejemplo. También será más difícil todavía utilizar un dispositivo de separación como herramienta para mantener nuestras «personalidades virtuales» disociadas.

Contar con diferentes identidades virtuales es una de las pocas herramientas que tenemos para asegurarnos de que lo que revelamos en un contexto determinado permanece exclusivamente en el mismo.

«La privacidad
no es mantener nuestros datos en secreto.
Es revelarlos,
pero con unas determinadas expectativas
sobre el alcance,
el contexto y el destinatario»

¿Es un campo de minas legislativo?

Las leyes de protección de datos en toda Europa incorporan exenciones relativas a la seguridad nacional o el orden público, la prevención y detección del delito en «la medida necesaria y proporcionada a una sociedad democrática». Se han aprobado reglamentaciones que refuerzan el principio de que la vigilancia indiscriminada o la recogida de datos, es ilegal.

A menudo tratamos de regular unos conceptos sociales con muchos matices – como la confianza, la delegación o la privacidad – con mecanismos que son bastante torpes y un lenguaje que es bastante básico. Si los legisladores no entienden la tecnología o no comprenden lo suficiente como para legislar con propiedad o de forma comprensible, lo que se consigue es una legislación que no logrará el resultado deseado.

La regulación comunitaria sobre los «cookies» es un ejemplo. Alguien decidió que hay dos tipos de «cookies» – los técnicos, que debemos permitir y los malos, o de seguimiento, que se deberían bloquear. Los reglamentos en la materia han estado redactados en términos muy técnicos y, en consecuencia, incomprensibles. Adobe, por ejemplo, ha dejado de utilizar los cookies de navegador y ha comenzado a crear sus propios cookies de larga duración en otra parte. Ya no se llaman cookies, simplemente porque no están almacenados en el navegador

Otro tema de conflicto, en lo que se refiere a la legislación, es que Europa está, en su mayor parte, regulada por un único conjunto general de principios de protección de datos, mientras que Estados Unidos

tiene leyes sectoriales y tecnológicas específicas para cada sector de actividad como la banca, la protección infantil, alquiler de cintas de vídeo, etc., Estas leyes serán, con toda probabilidad, mucho más propensas a ser superadas por la innovación. En los EE.UU., la ley de alquiler de videos, que fue promulgada en la década de 1980, está todavía en vigor y no ofrece ningún tipo de protección contra alguien que encuentre y publique tus registros de Netflix, por ejemplo.

¿Hasta qué punto los internautas están bien informados sobre las cuestiones de privacidad?

Por supuesto, Facebook no va a decirnos que cuando charlamos en línea con nuestros amigos, hay un tercero sacando provecho de todas nuestras interacciones. No lo van a decir, porque ese es su modelo de negocio y cuanto menos conscientes seamos de ello, cuanto más libremente revelemos nuestras cosas, más partido pueden sacar.

Estamos realizando un mal trabajo [concienciar a la gente sobre las cuestiones relativas a la confidencialidad de los datos] porque tendemos a pensar que podemos hacer algo para sensibilizar a la gente sobre la privacidad o la usurpación de la identidad, y eso es todo lo que tenemos que hacer. En realidad, es un poco como alimentarse sanamente, hacer un deporte o dejar de fumar. No es suficiente con sensibilizar a la gente, es necesario también proporcionar un acceso fácil a las informaciones pertinentes, guiar y motivar a las personas para que cambien sus hábitos, a veces profundamente arraigados. **VL**



Filipinas: Aduanas y Correos hacia una nueva era

El Correo y las autoridades aduaneras de Filipinas han firmado un Memorando de Acuerdo (MOA), diseñado para acelerar la tramitación de los envíos entrantes, mejorar el servicio al cliente y sustituir a un sistema obsoleto, con décadas de antigüedad.

TEXTO:
DAVID
KOCH

FOTOGRAFÍA:
PHLPOST

El acuerdo es todo un hito que pone punto final a un sistema caracterizado por la ineficiencia y la falta de transparencia, señaló Charo Logarta-Lagamon, jefa de la División de Información Pública y Asistencia de la Oficina de Aduanas. Con la ceremonia de la firma por las dos agencias el pasado mes de noviembre, se inició el primer cambio importante en los procedimientos Correos-Aduanas desde 1973.

Centralización

Bajo el nuevo Acuerdo, la Oficina de Aduanas centralizará todas las operaciones postales en dos lugares del área Metro Manila, uno para el correo aéreo entrante y otro para los envíos que llegan por mar. Anteriormente, los envíos postales eran remitidos a las oficinas de distrito de las ciudades de todo el archipiélago de Filipinas para su evaluación en las oficinas de Correos regionales. A partir de la firma del MOA, dichas oficinas de aduanas se cerrarán.

Como la Aduana no tenía personal en estos lugares remotos, los oficiales eran responsables de varias oficinas de Correos y no podían permanecer en un puesto. «Ese fue el principal problema: tenían que viajar continuamente», dijo Logarta-Lagamon en una entrevista a *Union Postale*. «Creaba demoras para PHLPost en la entrega de los paquetes y también a la hora de informar a las personas que tenían envíos para recoger».

Nuevas referencias

Bajo el nuevo Acuerdo, la Oficina de Aduanas es responsable de asegurar en todo momento el examen y las ope-

raciones de evaluación en las dos oficinas de cambio centrales. Estas operaciones también están sujetas a nuevas referencias en lo que se refiere a los tiempos de procesamiento. Salvo en los casos que requieren mayor inspección, los envíos sensibles al tiempo, incluidos los de EMS, deben ser autorizados por la Aduana para su entrega dentro de las 24 horas desde la llegada, el correo certificado y paquetes pequeños dentro de las 48 horas y los paquetes que lleguen por vía aérea y superficie dentro de las 72 horas.

No hay estudios sobre los tiempos de espera anteriores, dice Logarta-Lagamon, pero insiste en el problema de la demora en la entrega era bien conocido. La gente se quejaba de las esperas, en algunos casos de varios meses, para recibir sus paquetes. Funcionarios de ambas agencias comentaron que el nuevo sistema no sólo imprimirá más rapidez sino que ayudará a rebajar los gastos administrativos, incluidos los gastos generales de las oficinas que de todo el país, y supondrá un uso más eficiente de la mano de obra.

Transparencia

Otra de los aspectos que se cuestionaban del antiguo sistema era la precisión en el cobro de los impuestos y aranceles, según Logarta-Lagamon, quien calificó de confusa a la época regida por el MOA de 1973. Los funcionarios tenían reglas «muy poco claras» sobre las tasas oficiales y carecían de material de referencia para evaluar diferentes mercancías. «Había examinadores, que prácticamente tenían que 'adivinar' cómo evaluar los envíos», dijo Logarta-Lagamon. Como responsable de la información

«Nuestro objetivo principal es servir al público»

Directora General de PHLPost, Josie M. Dela Cruz,

pública, más de una vez recibió quejas de clientes insatisfechos. «Estas son cosas que no se pueden ignorar», afirmó.

El personal carecía de equipos y, a menudo, descuidaba actualizar sus conocimientos. Los funcionarios de aduanas estaban asignados a lugares dispersos por todo el país y operaban realmente sin supervisión. Bajo el nuevo sistema, las oficinas centrales de cambio serán las que estandaricen las tarifas.

Servicio al cliente

Según María Lourdes Rifareal, responsable de planificación corporativa de PHLPost, el nuevo MOA también cuenta con un sistema de «mesas de ayuda» operado por PHLPost que contacta por correo electrónico, fax, SMS, teléfono o correo postal – el modo de contacto especificado por el remitente – con los destinatarios de envíos sujetos a tasas.

PHLPost también está ahora autorizado para actuar como «agente cobrador» con el objetivo de ofrecer más comodidad a los clientes, que anteriormente tenían que abonar las tasas directamente al personal de aduanas o mediante giro postal a la Oficina de Aduanas. Los funcionarios postales señalan que la satisfacción del cliente es el objetivo principal de la reestructuración. «El acuerdo, en última instancia, proporcionará comodidad al público», dijo Melanie Marasigan-Cruz en una información oficial de PHLPost, «ya que va a simplificar los pasos

para el cálculo y recaudación de derechos y demás gravámenes a la importación».

La directora general de Correos, Josie Dela Cruz declaró en un escrito: «Más que el beneficio, nuestro objetivo final es servir a la gente, y más aún ahora que viene la temporada de vacaciones». Señaló, en concreto, que los filipinos que «reciben regalos y compran artículos en el extranjero» serán los más beneficiados.

Comercio electrónico

Un servicio más rápido y adecuado podría conducir al crecimiento del comercio electrónico ya que la gente estará más dispuesta a comprar artículos en línea. Se trata de un «beneficio colateral» que se espera del nuevo sistema, dijo Logarta-Lagamon. «Cualquier cosa que haga el flujo de mercancías más libre y más rápido afectará, por supuesto, también a lo que se gasta el consumidor», afirmó, señalando que la Oficina de Aduanas espera que el nuevo sistema facilite el comercio y el crecimiento económico.

Los datos recientes sobre los volúmenes de entrada de encomiendas y pequeños paquetes sugieren que la demanda de artículos por medio del comercio electrónico transfronterizo ha sido desigual en el país del Sudeste Asiático, donde la pobreza sigue siendo generalizada. El volumen de pequeños paquetes internacionales se redujo en un promedio de 20,58% de 2010 a 2013, bajando a un mínimo de poco más de 200.000 envíos en 2013.

El reparto de paquetes internacionales aumentó en un promedio de casi el 12% anual, pero hubo una considerable volatilidad durante ese tiempo: el periodo 2010 – 2011 fue testigo de un 87% de incremento alcanzando cerca de 490.000 piezas, seguido por un 63% de caída el siguiente año.

En el momento de escribir esta crónica, la Oficina de Aduanas y PHLPost están concretando las directrices para ejecutar el nuevo MOA. Supondrán un cambio importante en las operaciones postal-aduaneras que promete significativas mejoras en las entregas en todo el país. **DK**



I. a D.: Jefa de Personal de la Oficina de Aduanas, Atty. Cheryll Trinidad; Directora General de Correos, Josie M. Dela Cruz; comisionado de Aduanas, John Sevilla; Asistente Director General de PHLPost, Luis D. Carlos, en la oficina Central de Cambio del Correo de Pasay.



Transformar una empresa con el apoyo del personal

SingPost está llevando a cabo una transformación del negocio a largo plazo para centrarse más en la logística del comercio electrónico y asegurar así su futuro. Pero, como Wolfgang Baier, presidente ejecutivo del grupo revela, es crucial que el personal comprenda los retos que ello implica para el éxito de esta estrategia.

DIRECTOR GENERAL/ DIRECTOR EJECUTIVO DE SINGPOST

Wolfgang Baier



Fotografía: Fredrik Sandberg/EPA/keystone.

Union Postale: No es fácil cambiar la cultura de una organización durante el proceso de transformación de un negocio. ¿Cómo están manejando el cambio para obtener el apoyo y el compromiso de sus empleados?

Wolfgang Baier: La parte más importante de la transformación de cualquier empresa es su gente. Yo tenía una cierta ventaja desde el principio puesto que la

nuestra ya comprendía que, si no cambiamos, no habrá Correo en el futuro. Así que empezamos con la idea clara de que el cambio se necesitaba, pero no cuál era ese cambio y hacia dónde nos llevaría.

Lo primero que hicimos fue crear una visión. Tratamos de entender lo que le interesaba a la gente y qué podríamos hacer exactamente con nuestros medios. Se impuso la idea de la logística del comercio electrónico, pero con un componente postal que implicaba la noción de comunicación fiable.

El personal comenzó a entender que si teníamos la posibilidad de participar en el comercio electrónico, digitalizar un cierto número de nuestros productos postales y crecer en la región, podríamos hacer algo. A continuación, creamos unidades de negocio, visiones y funciones en un proceso de abajo hacia arriba que los empleados comprendieron muy bien.

Una vez que tuvimos las metas definidas, teníamos que decir cómo llegar hasta ellas, así que creamos nuevos valores reflejados por las nociones siguientes: confianza, cliente, espíritu de equipo, perfección y transformación. Basándose en eso, todos entendieron donde queríamos ir y cómo queríamos llegar.

¿Cómo se propagó el mensaje?

Entre otros medios, empleamos referencias futbolísticas, ya que a nuestra gente le gusta mucho este deporte. Hemos hecho del comercio electrónico y de la logística asociada la línea de ataque, y del correo la línea de defensa; el resto se queda en el centro del

«Encontremos un futuro unidos, una visión común»

Wolfgang Baier

campo. Así, los principales indicadores de rendimiento y los objetivos no son los mismos para todos. Algunos pueden tener un carácter más defensivo, otros más ofensivo, como es el caso de las estrategias de juego sobre un campo de fútbol. Hemos organizado también desayunos de trabajo o grandes reuniones para popularizar nuestro sistema de indicadores de rendimiento basados en los cinco valores sugeridos anteriormente. En lo que a mí respecta, mi trabajo consiste en comunicar todo esto.

¿Es esta manera de afrontar la transformación del negocio algo que se adapte a la cultura de Asia-Pacífico o puede aplicarse en cualquier parte del mundo?

Creo que se trata de una solución universal. Obviamente, hay que tener en cuenta las especificidades de un país o de una cultura. En Occidente, se puede ser un poco más agresivo. Mientras que en el contexto asiático, tienes que ser más consensual. Pero el mensaje es el mismo: si no cambiamos, no hay futuro; así que vamos a encontrar un futuro juntos, una visión común. Luego hay que dividirlo en valores y comportamientos apropiados e incentivar a las personas para que los adopten.

¿A qué tipo de incentivos se refiere?

Hemos previsto un fondo exclusivo de 10 millones de dólares de Singapur para nuestros empleados de primera línea con salarios más bajos. De esta manera, hemos podido aumentar su salario en un 10% durante los dos últimos años. Este es un gran paso adelante y así pueden ver que la transformación del negocio les beneficia también a ellos.

¿Cómo se ha preparado la empresa para enfrentarse al desafío que supone responder a las necesidades del Grupo Alibaba, el gigante chino del comercio electrónico, y a las exigencias que plantea el porvenir?

Como empresa, estamos construyendo una plataforma logística para dar servicio al comercio electrónico del Sudeste Asiático y de Asia en su conjunto. Alibaba podrá utilizar esta plataforma para acelerar todavía más el crecimiento de sus actividades. En este contexto, todos los elementos de nuestra visión, de nuestros valores y de los principales indicadores de rendimiento de nuestro personal están combinados para facilitar la logística del comercio electrónico, hacerla menos costosa y más segura para sus usuarios. **FM**

Wolfgang Baier

Wolfgang Baier fue nombrado director ejecutivo de SingPost en octubre de 2011 para liderar el Grupo en su siguiente fase de transformación acelerada. El Dr. Baier se unió a SingPost como director de internacional en febrero de 2011 para supervisar el crecimiento de los productos no estrictamente postales como la logística, la venta al por menor y el comercio electrónico, así como para acelerar la expansión regional del Grupo.

Baier es Doctor en Derecho con distinción por la Universidad de Viena, cuenta con un Master en Derecho por la misma Universidad y otro en Economía de la Empresa de las Universidades de Exeter (Reino Unido) y Graz (Austria).

Fuente: SingPost

Royal Mail muestra su preocupación por las Obligaciones de Servicio Universal

Los tiempos parecen más difíciles que nunca para Royal Mail, un año después de su privatización.

TEXTO:
CATHERINE
MCLEAN

Moya Greene, directora general de Royal Mail, declaró en noviembre, ante una comisión parlamentaria restringida de la Cámara de los Comunes que los competidores en el Reino Unido, que escogen las facetas más rentables del negocio, «desvían rápidamente una gran cantidad de ingresos y hacen que el servicio universal sea muy costoso y difícil de financiar» para Royal Mail. Ese mismo día, Vince Cable, secretario de Estado del Reino Unido para las empresas, innovación y know-how, habló sobre el tema televisión. «Este discurso es alarmista; retirar la obligación de servicio universal no está en el programa» le dijo a ITV News. «En pocas palabras, Royal Mail opera en un mercado altamente competitivo».

Las zonas rurales

Como operador designado, Royal Mail debe entregar en todo el Reino Unido el correo seis días a la semana, incluidas las zonas rurales. Greene puso de relieve el contraste que esto suponía respecto a sus rivales en el negocio de paquetería, que pueden elegir los lugares más rentables a los que ofrecer sus servicios. Cable, sin embargo, rechazó sus argumentos. «Lo sabíamos desde la privatización. Todos los que compraron las acciones sabían muy bien que este mercado era muy competitivo y, francamente, no nos gusta este tipo de lloriqueo. Royal Mail tiene que competir», indicó el ministro. Royal Mail fue privatizada en octubre de 2013, con el gobierno del Reino Unido reteniendo una participación del 30%.

Los últimos resultados financieros muestran una caída del uno por ciento en los ingresos del primer semestre a pesar de un incremento del dos por ciento en el volumen de encomiendas a nivel nacional. Entre los factores a culpabilizar está la mayor competencia, estimando el operador que el descenso en el crecimiento anual de su mercado «potencial» podría alcanzar el dos por ciento a causa de la red de distribución propia de Amazon. Durante el primer semestre del año fiscal, el beneficio de explotación del operador postal antes de los costes de transformación descendió a 279 millones de libras esterlinas (420 millones USD), comparadas con los 353 millones del año anterior. En este mismo periodo los ingresos subieron ligeramente a 4.530 millones de libras comparados con los 4.520 millones de libras del año anterior. En

efecto, los ingresos de los envíos de correspondencia aumentaron un uno por ciento durante el periodo, con el impulso del correo derivado del referéndum sobre la independencia de Escocia y un aumento en los envíos de marketing en un contexto de crecimiento económico, explicó el operador.

En cuanto a la estrategia de crecimiento a largo plazo de la compañía, parece estar en el centro de dos tendencias divergentes – el crecimiento de la paquetería por una parte y la disminución de los envíos de correspondencia por la otra – asegura Gert Zonneveld, director gerente de Panmure Gordon & Co, corredor de bolsa británico. «No es fácil. La distribución de una carta es muy diferente a la entrega de un paquete», indicó.

Se prevén mejoras en el negocio de la paquetería a nivel doméstico, fundamentalmente gracias a una inversión de 130 millones de libras (205 millones de dólares) a lo largo de cinco años para comprar nuevos dispositivos portátiles con los que hacer mejor seguimiento de los paquetes. Los 76.000 nuevos dispositivos serán puestos a disposición de las compañías de transporte a finales de 2015. Royal Mail espera que la mayoría de los paquetes que distribuya cuenten con un código de barras.

Demanda rechazada

En nota relacionada, Ofcom, el regulador postal del Reino Unido, ha rechazado las demandas de Royal Mail para la imposición de condiciones reglamentarias a Whistl, uno de sus competidores en el mercado de extremo a extremo de cartas. «Hemos rechazado esta demanda porque actualmente no consideramos que la competencia de Whistl amenace la capacidad de Royal Mail para suministrar el servicio postal universal» indicó Ofcom en un comunicado.

La competencia en el negocio de las cartas de extremo a extremo se refiere a las cartas recogidas, tratadas y entregadas directamente a los destinatarios sin necesidad de utilizar la red de Royal Mail, agregó el regulador. El operador designado había estimado que la expansión de Whistl podría amputar de sus ingresos unos 200 millones de libras esterlinas de aquí a 2017 – 2018. **CM**

Una mujer para dirigir el cambio

El Servicio Postal de Estados Unidos (USPS) ha nombrado a Megan Brennan directora general y presidente ejecutiva. Comenzará sus funciones a principios de 2015.

TEXTO:
CATHERINE
MCLEAN

Brennan, directora de explotación de USPS desde Diciembre de 2010, conducirá los trabajos para reorganizar el operador postal americano y situarlo sobre unas bases más sólidas. Sucede a Patrick Donahoe, que ha anunciado su retirada. Brennan se enfrenta a retos importantes en la transformación de USPS, que ha sufrido pérdidas durante los últimos ocho años. En el más reciente año fiscal que terminó el 30 de septiembre 2014, las pérdidas de USPS ascendieron a 5.500 millones de dólares frente a 5.000 mil millones el año anterior. El operador postal culpó de la última derrota a «cargas y restricciones legislativas» relacionadas con beneficios sociales y a la remuneración de sus efectivos actuales y retirados. «Este octavo año consecutivo de pérdidas netas subraya la necesidad de una legislación integral para reparar el modelo comercial del Servicio Postal», indicó USPS en su informe fiscal 2014.

USPS señaló que los 5.700 millones de dólares necesarios para la pre-financiación de su fondo de salud para los jubilados, así como los 1.200 millones de dólares ligados a las ventajas en especie a los empleados,

«escapan al control de la dirección». La empresa advirtió que en ausencia de reformas legislativas, podría incumplir el pre-financiamiento para el fondo de atención de salud en los próximos años a menos que se introduzcan reformas legislativas.

Estos gastos ensombrecen las mejoras que USPS ha aportado a su negocio en los últimos años. Los ingresos de explotación aumentaron, se elevaron a 67.800 millones de dólares en el ejercicio fiscal de 2014 frente a 67.200 millones de dólares en 2013. Las subidas de las tarifas de franqueo en enero de 2014, unidas a la fuerte demanda de actividades ligadas al transporte y a la paquetería, son los principales vectores de crecimiento de los ingresos. USPS registra, en efecto, un alza en los ingresos por segundo año consecutivo.

Los volúmenes de estas actividades han aumentado un 8,1%, o unos 300 millones de envíos, gracias al boom del mercado de comercio electrónico. Esto contribuyó a compensar la disminución en los volúmenes de correo, que cayó en 2.200 millones de envíos en el correo de primera clase y 495 millones en el correo estándar.

En respuesta a la reducción en el volumen de cartas, USPS está tratando de controlar los costes. El operador postal ha desvelado sus planes que consisten en cerrar hasta 82 centros de tratamiento y distribución en 2015, después de cerrar 141 instalaciones en el marco de un programa anterior. Megan Brennan, con casi 30 años de antigüedad en USPS, donde comenzó como cartera en 1986, sigue siendo optimista sobre el futuro de la sociedad, a pesar de los considerables obstáculos que tiene por delante. «El Servicio Postal juega un papel vital en la sociedad y la economía de Estados Unidos; estoy deseando fortalecer ese papel y satisfacer las demandas de un mercado en rápida evolución en los próximos años», afirmó la Sra. Brennan en un comunicado. **CM**



Trabajadores de USPS dan un paseo en tranvía en San Francisco (Foto: USPS Facebook).

SingPost invierte en una nueva plataforma logística



36 Skyline de Singapur (Foto: Mateusz War).

TEXTO:
CATHERINE
MCLEAN

SingPost está realizando una inversión sustancial en su floreciente negocio de comercio electrónico mediante la inyección de 182 millones de dólares de Singapur (140 millones de USD) para la construcción de un nuevo centro logístico. El edificio de tres pisos en Singapur tendrá una superficie de unos 50.000 metros cuadrados. Constará de dos plantas de almacenes, un centro de clasificación totalmente automatizado y 150 muelles de carga. Las operaciones logísticas serán dirigidas desde unas oficinas en un edificio adyacente de ocho pisos. Después de su puesta en servicio en el segundo semestre de 2016 la plataforma permitirá tratar hasta 100.000 paquetes por día.

La inversión es el siguiente paso en la estrategia del operador para convertirse en uno de los principales actores del sector de la logística para el comercio electrónico de Asia. El anuncio, en mayo, de una asociación con el gigante chino del comercio electrónico, Alibaba Group Holding Ltd., ha reforzado aún más los planes de SingPost en el sector de la logística internacional.

SingPost ve en este sector el motor de su crecimiento futuro, y así contrarrestar la disminución de volumen de cartas en su mercado nacional. El operador postal, citando a eMarketer como fuente, predice que las ventas de comercio electrónico de empresas a particulares se dispararán en la región Asia-Pacífico un 41% para llegar a 708.000 millones de dólares en 2016 a partir de 502.000 millones de dólares en 2014. «La plataforma es

una parte integral de la estrategia de SingPost para desarrollar su actividad de logística al servicio del comercio electrónico y aprovechar el rápido crecimiento de ese mercado en Singapur y en la región», anunció en un comunicado Wolfgang Baier, director ejecutivo de SingPost.

SingPost dispone actualmente de almacenes e instalaciones para la distribución local en varios países de la región y ahora necesita una plataforma regional «eficiente» para estos mercados, según su dirigente. La compañía está invirtiendo 30 millones de dólares de Singapur solo en equipos de automatización que permitan la clasificación, recolección y embalaje de los paquetes.

El comercio electrónico representa actualmente algo más de una cuarta parte de los ingresos totales de SingPost, y protege al operador de la disminución de sus ingresos por los envíos de correspondencia a nivel doméstico. Pero la empresa está todavía en medio de su transformación y SingPost necesita de más tiempo y dinero para completar el proceso. «La ruta es larga y sinuosa para un operador postal nacional que desea convertirse en proveedor regional de servicios logísticos para el comercio electrónico, y se necesita tiempo», advirtió Baier. «Para aprovechar las ventajas de las nuevas oportunidades del comercio electrónico en la región, el grupo tiene que seguir haciendo inversiones de capital en los próximos años y hacer evolucionar su red y su infraestructura regional». **CM**

Oposición al fin de la distribución a domicilio

TEXTO:
DAVID
KOCH

Correos de Canadá se enfrenta a acciones legales contra su plan para poner fin a la entrega a domicilio del correo en todo el territorio nacional. A finales de 2013, el operador anunció que la entrega a domicilio pasaría, tras un periodo de transición de cinco años, a distribuirse en buzones colectivos reagrupando a varios hogares en una sola unidad. Esta decisión se inscribe en un plan de reestructuración de la empresa, que prevé una importante reducción de la plantilla. Podrían ser suprimidos hasta 8.000 puestos de trabajo ya que miles de empleados se jubilarán en los próximos años. Canada Post dice que los cambios asegurarán la sostenibilidad financiera de la corporación estatal.

Una coalición, compuesta por el Sindicato Canadiense de Trabajadores Postales (STTP) y varios grupos en representación de la tercera edad y personas con discapacidad, se opone a esta política. Los motivos, según dicen sus miembros, serían los perjuicios que estas personas van a sufrir bajo la nueva política, especialmente cuando traten de llegar a sus buzones durante los fríos meses de invierno de Canadá. Un recurso ante el Tribunal Federal presentado en noviembre alega que los buzones colectivos contravienen el derecho internacional, incluidas las obligaciones de Canadá derivadas de la Convención de

las Naciones Unidas sobre Derechos de las Personas con Discapacidad y sus obligaciones de servicio universal como miembro de la UPU.

El recurso también establece que la política viola la Carta Canadiense de Derechos y Libertades, que garantiza a todos la misma protección en virtud de la ley, sin discriminación alguna. Los litigantes acusan igualmente al operador designado de contravenir la Ley de la Sociedad Canadiense de Correos, sosteniendo que sólo el Parlamento tiene el poder de poner fin a un servicio de distribución en el domicilio.

En un comunicado, el operador expresó su confianza en que su política «satisfaría todas las exigencias legales». Según la portavoz Anick Losier, cuentan con un equipo dedicado a la búsqueda de soluciones individuales para aquellos que lo necesiten. Estas soluciones pueden incluir el cambio de la ubicación de los buzones de manera que sean accesibles desde una silla de ruedas, o la prestación de servicio a domicilio una vez por semana. Losier confirmó que el Correo «puede requerir un certificado médico» antes de proporcionar este tipo de ubicación especial. «No se trata de una estrategia aplicada sin discernimiento», precisó en un correo electrónico enviado a la redacción de *Union Postale*. **DK**

Expansión de la red postal danesa

TEXTO:
CATHERINE
MCLEAN

Post Danmark está fortaleciendo su red de oficinas postales mediante la apertura de 150 nuevas sucursales justo a tiempo para afrontar las compras de las fiestas navideñas y su repercusión en el comercio electrónico. Las nuevas oficinas estarán ubicadas en toda Dinamarca en estaciones de servicio y supermercados, que normalmente tienen más horas de apertura que las oficinas de correos autónomas.

El operador postal de Dinamarca está tratando de responder mejor a las necesidades cambiantes de los consumidores, ya que cada vez compran más artículos en Internet. La creación de una sólida red de distribución es crucial para el éxito en el mercado de comercio electrónico; en consecuencia, el operador postal, que forma parte de PostNord, contará con 950 oficinas de correos, además de una red de 475 puntos de recogida de paquetería.

Los consumidores podrán recibir y enviar paquetes y cartas en las nuevas oficinas de correos, así como com-

prar sellos. El Correo dijo que 75 de las nuevas oficinas estarán situadas en gasolineras OK Plus, mientras que el resto serán instaladas en los supermercados Coop, Dansk Supermarked y De Saamvirkende Købmænd.

El operador postal está apostando por el comercio electrónico para compensar la baja en el volumen de cartas, que cayeron un seis por ciento en el tercer trimestre de 2014. PostNord prevé que los volúmenes de correo en Dinamarca podrían disminuir alrededor del 14%. A la inversa, el mercado del comercio electrónico, está en auge. Según una encuesta reciente llevada a cabo en nombre de PostNord, el 69% de los 1.479 encuestados en Dinamarca dijo que había comprado productos en línea durante el tercer trimestre de 2014. Y el 40% de los encuestados preveían comprar los regalos de Navidad de 2014 también en Internet. **CM**



ALEMANIA

EBAY ha introducido un servicio denominado «click & collect», que hace más fácil a los compradores recoger las mercancías adquiridas en línea. Los artículos marcados con el símbolo «click & collect» se entregan en una tienda sin gastos de envío. El consumidor es alertado de que el artículo ha llegado por medio de un correo electrónico o un mensaje de texto.

Los beneficios de **DHL DEUTSCHE POST** del tercer trimestre se han incrementado un 17%, hasta 468 millones de euros (573,7 millones de USD), debido a los mayores ingresos y a la bajada de impuestos y costes financieros. Los ingresos aumentaron un 4,1% en el trimestre ascendiendo a 14 mil millones de euros, gracias a las ganancias en todas las divisiones.

AUSTRALIA

AUSTRALIA POST ha mejorado sus instalaciones de paquetería en Sídney y Melbourne a tiempo para la temporada de compras navideñas. Las actualizaciones son parte de un importante programa de inversiones que Australia Post puso en marcha en 2012 en respuesta al floreciente mercado de comercio electrónico. La capacidad de las dos instalaciones es ahora de 1,3 millones de envíos al día, más del doble de la anterior.

BELGICA

BPOST está ampliando su servicio de entrega de comestibles en línea. Los consumidores pueden ir al sitio web de comestibles de BPOST, hacen el pedido de sus mercancías a los minoristas que participan en el sitio y eligen los plazos de entrega. BPOST informó de que el servicio estaría disponible en Bruselas, Brabante Valón y Halle-Vilvoorde a finales del mes de octubre de 2014.

Los ingresos de **BPOST** en el tercer trimestre superaron ligeramente el 0,5% ascendiendo a 569,2 millones de euros (697,7 millones de USD), impulsados en parte por las recientes adquisiciones. El negocio de paquetería del operador postal tuvo un incremento del 26% en los ingresos, pasando de los 58 a 72,9 millones de euros en el periodo, en medio de un fuerte crecimiento tanto a nivel nacional como internacional. Los ingresos del correo nacional bajaron un 1,9%, a 341,9 millones de euros.

CANADA

FEDEX está ampliando su presencia en la provincia canadiense de Quebec a través de un acuerdo con la cadena de supermercados Super C. FEDEX abrirá ShipCentres en la mayoría de los 86 supermercados Super C. Su objetivo son los consumidores que compran en línea y las pequeñas y medianas empresas

DINAMARCA

FEDEX está construyendo un nuevo centro de clasificación de más de 8.000 metros cuadrados en el aeropuerto de Copenhague. La instalación podrá clasificar 11.500 paquetes al día, y dará servicio con el tiempo a Dinamarca, Finlandia, Noruega y Suecia. La construcción debería estar terminada a finales de 2015.

POSTNORD ha desvelado su intención de llevar a cabo importantes recortes de empleo con objeto de mejorar su rentabilidad. Se plantea reducir hasta 800 puestos de trabajo en el área administrativa y otras, en un intento de ahorrar anualmente 500 millones de coronas suecas (67,3 millones de USD). El mayor impacto lo sufrirían los trabajadores de Dinamarca.

ESTADOS UNIDOS

UNITED STATES POSTAL SERVICE (USPS) ha recibido la aprobación del regulador para continuar con un test sobre la apertura de un servicio de entrega de comestibles en San Francisco. USPS empezó la entrega de comestibles en agosto, en nombre de AmazonFresh. Amazon pasa las peticiones recibidas a las oficinas postales entre la 1:30 y las 2:30 a.m., y USPS los entrega a los sitios designados por los clientes alrededor de las 7 a.m.

UPS informó que sus ganancias en el tercer trimestre ascendieron a un total de 1.210 millones de USD, ya que se benefició de una fuerte demanda de su servicio de mensajería en el país y el extranjero. UPS entregó unos mil cien millones de paquetes a nivel mundial durante el tercer trimestre, un 6,9% más que el año anterior. La compañía pronosticó que los envíos en diciembre de 2014 se incrementarían en un 11% en comparación con diciembre de 2013.

FINLANDIA

ITELLA informó de una pérdida en el tercer trimestre que ascendió a 9,1 millones de euros (11,2 millones de USD), afectada por la disminu-

ción de las ventas y el incremento de los costes no periódicos. La unidad de logística vio disminuidos sus ingresos debido a una mayor competencia en los países escandinavos y menor volumen de transporte en el país a causa del débil crecimiento económico. En Escandinavia, Itella planea centrarse en el transporte por carretera.

GRAN BRETAÑA

La compañía **SMITH NEWS**, especializada en quioscos de prensa anunció su servicio de entrega de paquetes, «Pass My Parcel» con **AMAZON** como su cliente de lanzamiento piloto. Smith News entregará los artículos pedidos en Amazon en los quioscos participantes donde los clientes pueden recoger sus paquetes 364 días al año.

ROYAL MAIL ha pasado de ofrecer dos formatos distintos para pequeños paquetes a ofertar uno de mayor tamaño – 45 cm x 35 cm x 16 cm – para los envíos de particulares y pequeñas empresas.

NORUEGA

POSTEN NORGE informó de un menor beneficio en el tercer trimestre debido a costos más altos. Los ingresos aumentaron un 3,4% a 5.810 millones de coronas noruegas (810 millones de USD) en el mismo trimestre, impulsados por las adquisiciones y una mayor demanda de sus servicios de paquetería y carga. Puede haber cambios para Posten Norge en 2015 ya que el Parlamento debe votar sobre una nueva Ley de Servicios Postales.

PAISES BAJOS

Ahora los clientes pueden recoger paquetes en las taquillas ubicadas en nueve estaciones de tren por todo el país. **POSTNL** comenzó a instalar las taquillas de paquetería en octubre e informó que estarán disponibles los siete días de la semana. **POSTNL** tiene como objetivo hacer el servicio de entrega más fácil para los consumidores que compran en línea.

SUIZA

Los compradores suizos pronto podrán dejar sus tarjetas de crédito y de débito en casa y utilizar sus teléfonos móviles para las compras. **POSTFINANCE**, unidad de SwissPost, planea introducir en 2015 una aplicación llamada TWINT para comprar y pagar vía teléfono móvil.

Textos de Catherine McLean



Implement a single solution to process your mail flow, that's his job.

Bruno CARTAL
Program Manager

C O N S U L T | D E S I G N | I M P L E M E N T | S U P P O R T | A D D V A L U E

SOLYSTIC offers tomorrow's solutions today. We are at the forefront of the postal industry and have the expertise to help you redefine your process towards optimal efficiency. One machine, the XMS™, processes, sorts and merges 95% of your letter and flat volumes. This delivers a significant increase in performance, enhancing quality of mail preparation and distribution whilst greatly reducing mail processing costs.

With SOLYSTIC, progress through change.

www.solystic.com



Postal and logistics solutions

Photo : Richard Pak

Innovando la información sobre la calidad



GMS

Global Monitoring System

La medición de la calidad de servicio del correo con la tecnología RFID ha dejado de ser un sueño para muchos de los países miembros de la UPU. Gracias a GMS, los Correos pueden hoy beneficiarse de una moderna solución que utiliza la RFID pasiva a un precio muy asequible.

Para más información vea la película de animación

<http://www.tinyurl.com/gmsfilm>

O contacte gms@upu.int.



UPU

UNIÓN
POSTAL
UNIVERSAL