

Impulsando el sector postal desde 1875

UNION POSTALE



Unión Postal Universal
Organismo especializado
de las Naciones Unidas

DICIEMBRE 2017 / N°3

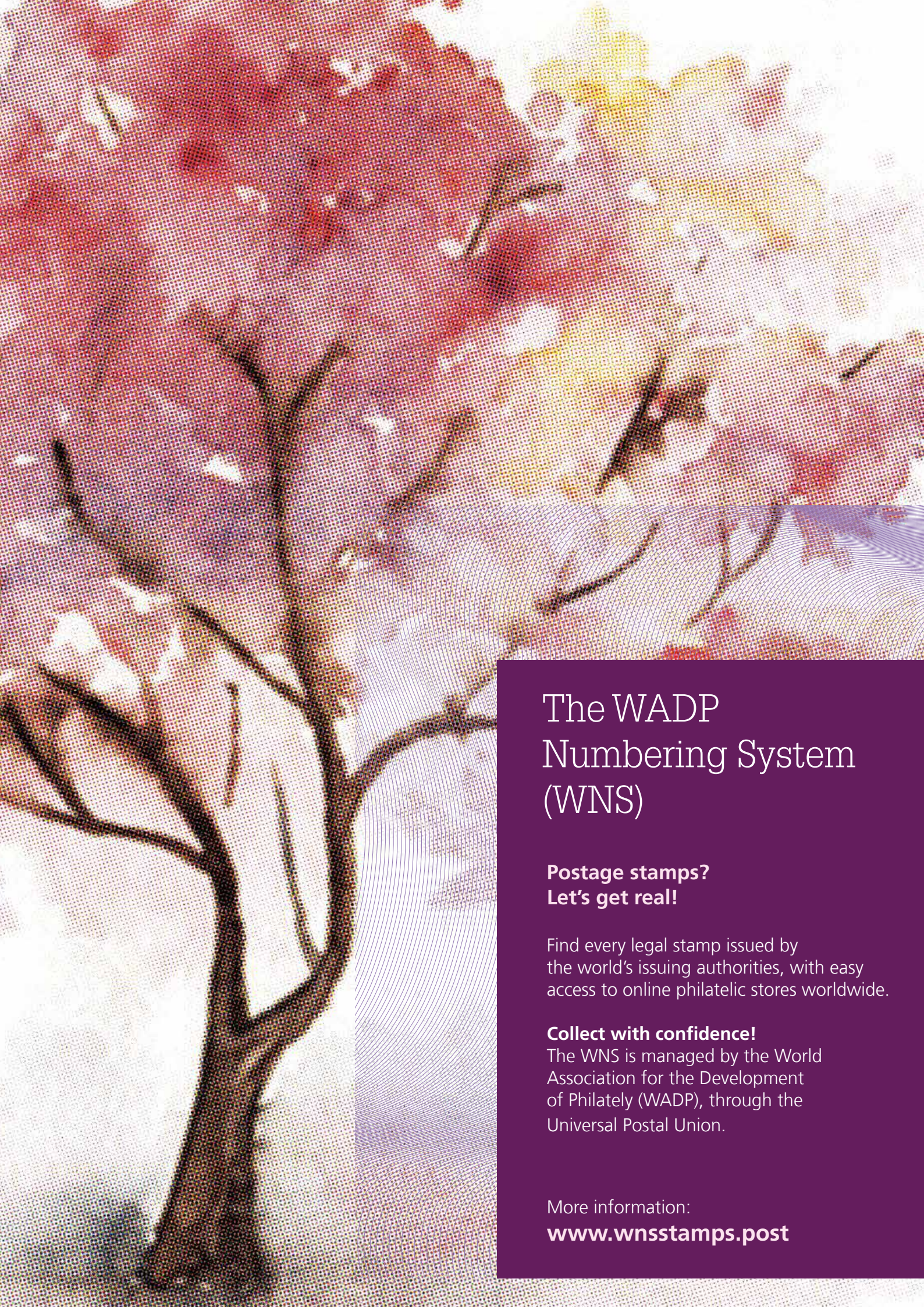
Nueva colaboración
con Visa

Día Mundial
del Correo 2017

ISSN 0041-7009



Los CEOs hablan
de estrategia



The WADP Numbering System (WNS)

**Postage stamps?
Let's get real!**

Find every legal stamp issued by the world's issuing authorities, with easy access to online philatelic stores worldwide.

Collect with confidence!

The WNS is managed by the World Association for the Development of Philately (WADP), through the Universal Postal Union.

More information:

www.wnsstamps.post

8

TEMA DE CUBIERTA
Los CEOs hablan de estrategia



Cubierta: UPU

13

ENTREVISTA
Nueva colaboración con Visa:
trabajando en objetivos comunes

17

DÍA MUNDIAL DEL CORREO 2017
Celebración en la Oficina Internacional

04

SECCIONES
Breves

20

**CONCURSO INTERNACIONAL
DE COMPOSICIONES EPISTOLARES 2017**
La carta ganadora

05

El foco del editor

25

PANORAMA DEL MERCADO
Swiss Post desvela el nuevo concepto
del Correo

26

Flash informativo

Diciembre 2017

JEFA DE REDACCIÓN: Kayla Redstone (KR)**COLABORADORES:** Sonam Bernhard (SB), David Koch (DK), Fella Rabbahi (FR)**DISEÑO:** Die Gestalter, Suiza**SUSCRIPCIONES:** publications@upu.int**ADVERTISING:** kayla.redstone@upu.int**CONTACTO:**

Union Postale

Oficina Internacional

Unión Postal Universal

Casilla postal 312

3000 BERNA 15

SUIZA

TELÉFONO: +41 31 350 31 11**E-MAIL:** kayla.redstone@upu.int**SITIO WEB:** 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 decidores, 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 kayla.redstone@UPU.int.

COOPERACIÓN AL DESARROLLO

La UPU lanza su nueva estrategia de capacitación mediante un taller piloto



Colegas de nueve países en la Oficina Internacional de la UPU en Berna, Suiza.

Empleados postales de nueve países: China, Grecia, Jamaica, Pakistán, Sri Lanka, Sudán, Tailandia, Trinidad y Tobago y Turquía, participaron recientemente en un taller de la UPU destinado a mejorar la capacitación postal en todo el mundo.

Desarrollado por el Programa de Capacitación de la UPU, el taller fue concebido para ayudar a los expertos en capacitación postal a diseñar cursos que satisfagan las necesidades de su país en esta materia y cumplan con los estándares de capacitación de la UPU, de manera que otros miembros de la red Trainpost puedan utilizarlos. En el transcurso de dos semanas, los becarios asimilaron el enfoque de Trainpost en el diseño de cursos -desde la identificación de problemas operativos hasta el diseño e implementación de currículos de capacitación. Los participantes dicen que el taller les ha aportado nuevas habilidades y que están listos para implementar los cursos en sus correspondientes Correos.

"Lo que he aprendido en este Taller es cómo diseñar y desarrollar un curso. Y cuando vuelva, tengo ya un plan para mejorar los cursos que realizamos en el Economic Cooperation Organization Postal Staff College. También sé cómo dirigir un taller de la misma naturaleza para mis propios funcionarios y crear así un equipo de formadores", comentó Muhammed Zaheer, que trabaja como director en Pakistan Post y participó en el taller.

Nueva estrategia

El taller es sólo una de las actividades de la nueva estrategia de formación de la UPU para el ciclo 2017 - 2020, que tiene como objetivo crear un entorno de formación más completo y garantizar una red interoperable de formadores.

"El sector postal no tiene sólo una red física o una red financiera, también tiene una red de formación que debemos fortalecer igualmente", asegura Pooran Parampath, experto en formación de la UPU.

"Esperamos crear un entorno en el que nuestros colegas puedan aprender unos de otros y diseñar cursos para sus propios operadores designados", explica.

Este taller en particular ayudará a abordar los desafíos que enfrenta el Programa de Capacitación para mantener el sistema Trainpost actualizado en medio de cambios en la dirección estratégica de la organización, y en el contexto de un mercado postal en rápida evolución. Parampath dice que los participantes en el taller podrían algún día convertirse en diseñadores de cursos de Trainpost ahora que conocen la metodología de diseño de dichos cursos.

Mediante la estrategia, la UPU planea lanzar otras actividades para llenar otras lagunas, como la falta de instructores y expertos en capacitación postal. Estas actividades se implementarán durante el resto del ciclo. **KR**

Los actores clave se reúnen

En los meses transcurridos desde nuestro último número de Union Postale, la UPU ha organizado varios eventos dirigidos a las partes interesadas clave.

El CEO Fórum 2017, del que se ocupa nuestro Tema de Cubierta, reunió a unos 60 directores ejecutivos postales en Moscú, Rusia, en septiembre. Como leerán, el foro les proporcionó un espacio exclusivo para evaluar los desafíos y oportunidades del sector y trazar el camino a seguir. Por otra parte, en el World Postal Business Forum de Post-Expo, la organización también tuvo la oportunidad de conectarse con los líderes del mundo de la logística y entablar conversaciones importantes sobre el comercio electrónico, la tecnología y la red postal. A través de una nueva ceremonia preparada para el Día Mundial del Correo de este año, la UPU reunió, con la comunidad diplomática y con nuestro ganador del concurso de escritura de 2017, a destacados operadores designados de su lista de campeones del ZIPD para celebrar el valor que los Correos del mundo agregan a sus comunidades.

También nos gustaría tomarnos un momento para recordar a un miembro de nuestra familia postal tristemente fallecido, el Sr. David Roberts. El Sr. Roberts aportó muchas contribuciones valiosas al sector postal como Presidente de la Conferencia de Administraciones Postales de la Commonwealth. Le echaremos mucho de menos

KAYLA REDSTONE, JEFA DE REDACCIÓN

COMERCIO ELECTRONICO

Un proyecto prioritario lanzado en todas las regiones

La UPU ha lanzado un proyecto transversal cuyo objetivo es mejorar la eficiencia operativa de los operadores designados para el desarrollo del comercio electrónico a nivel mundial.

El proyecto de preparación operacional para el comercio electrónico (ORE) tiene como objetivo abordar los desafíos planteados por el mercado del comercio electrónico en cada una de las seis regiones en desarrollo - África, Región árabe, Asia-Pacífico, Caribe, Europa / CEI y América Latina - los próximos cuatro años. Sus objetivos son triples: abordar las barreras que impiden a los clientes realizar transacciones transfronterizas en línea y crear más soluciones centradas en el cliente; ayudar a los Correos a modernizar sus operaciones, creando una cadena de suministro integrada; y, finalmente, ayudarles a utilizar las herramientas informáticas estandarizadas y los sistemas de extremo a extremo necesarios

para facilitar el comercio electrónico, como el intercambio electrónico de datos (EDI) entre los Correos y otras partes interesadas. Como proyecto estratégico clave de los planes de desarrollo regional de la UPU para 2017-2020, el trabajo en ORE se extenderá a lo largo de todo el ciclo Estambul.

Nuevo enfoque

Trabajando bajo una nueva metodología, la Dirección de Cooperación al Desarrollo de la OI (DCDEV) trabajó en el proyecto ORE en colaboración con la Dirección de Operaciones Postales, utilizando un enfoque más integrado y simplificado que ayudará a reducir la superposición en la asistencia técnica al comercio electrónico prevista por la UPU.

El proyecto también incluirá al Centro de Tecnología Postal como socio clave, lo que significa que todo el trabajo de la UPU sobre el comercio

electrónico en las regiones estaría bajo el paraguas del proyecto ORE. Esto ayudará a satisfacer las necesidades de los países miembros con mayor eficacia.

El proyecto se realizará a través de una serie de sesiones de capacitación, talleres, encuestas sobre el terreno y actividades de hermanamiento durante la duración del ciclo de trabajo. Estas actividades se llevarán a cabo en coordinación con las Uniones Restringidas, socios de la cadena de suministro de comercio electrónico y otras partes interesadas relevantes, como aerolíneas, operadores y autoridades aduaneras.

Como primer paso, la UPU organizó una serie de talleres *start-up* en cada región durante 2017, entre ellos los de Moscú, Nairobi, Túnez, Bangkok, Bridgetown y Montevideo. **KR**

CALIDAD DE SERVICIO

Los proyectos del FMCS premiados

La UPU estableció el Fondo para la Mejora de la Calidad de Servicio (FMCS) en 2001 específicamente para financiar proyectos destinados a mejorar la calidad de los servicios postales en los países en desarrollo. Aunque la mayoría de los proyectos normalmente involucran a un solo país, el FMCS promueve un enfoque regional y la solidaridad entre los países, permitiendo también a los operadores unir sus recursos financieros para establecer proyectos conjuntos en beneficio de toda su región.

Los premios FMCS, lanzados en 2010, han reconocido a más de 70 operadores por sus excepcionales proyectos nacionales de calidad de servicio, cubriendo áreas tan diversas como la mejora de la entrega internacional de publicaciones, la mejora de las condiciones de seguridad, el establecimiento de oficinas de correos móviles en áreas rurales y la implementación de programas de contabilidad de costes. Los proyectos se evalúan sobre el terreno en función de su desempeño en relación con los objetivos, con el cumplimiento de los presupuestos, las reglamentaciones y calendarios financieros, y la viabilidad a largo plazo.

Este año, han sido premiados por proyectos evaluados en 2015 los operadores designados de los siguientes países: Marruecos, Vietnam, Sri Lanka, Costa Rica, República Popular Democrática de Corea, República del Congo, Uganda y Croacia.

Participación del GMS

En 2016, el Consejo Fiduciario del FMCS decidió extender los premios a los proyectos del Sistema de Monitoreo Global (GMS) para celebrar el éxito de la participación a largo plazo de los operadores designados. En consulta con el equipo de GMS, la secretaria del FMCS evaluó diversos proyectos anteriores y propuso que se seleccionara a Marruecos y Vietnam por su implementación del proyecto de participación en el GMS en 2012 y 2013. La decisión se basó en criterios como la mejora continua del rendimiento, el cuidado de los equipos durante la implementación del proyecto y la sostenibilidad de los resultados.

El Correo de Marruecos optimizó sus procesos operativos y solucionó las deficiencias en la calidad del servicio para adaptar los plazos de entrega a las expectativas de los clientes. Abdeladim El Massoudi, director de la División de Correo en Poste Maroc, dice que los datos objetivos proporcionados por el GMS ayudaron a identificar en qué punto de la tubería operativa se requerían mejoras de calidad. Esto fue posible gracias a la tecnología de identificación por radiofrecuencia, que Poste Maroc instaló en 38 emplazamientos de procesamiento y entrega en todo el país. Por su parte Vietnam, que participó en el GMS por primera vez en 2010, aumentó su rendimiento en la entrega del 77,8 por ciento al 82,3 por ciento, superando su objetivo del 75 por ciento.

Otros proyectos

Sri Lanka Post logró mejorar el envío de correo en las zonas de la Provincia Oriental del país afectadas por el tsunami. Sus esfuerzos se vieron recompensados con el apoyo para la adquisición de cuatro minibuses. Gracias al FMCS, Sri Lanka ahora puede entregar correo local en D+ 1 y también ha excedido su objetivo alcanzando el D+2 para el correo internacional, anteriormente D+5.

Costa Rica, la República Popular Democrática de Corea y la República del Congo también recibieron vehículos de reparto, lo que les permitió mejorar el rendimiento y la fiabilidad de sus redes de distribución de correo.

El proyecto lanzado en Uganda ayudó a mejorar el procesamiento y la seguridad del correo. Uganda Post aumentó el número de cartas procesadas por minuto de 30 a 40 y empleó un equipo de seguridad para supervisar sus instalaciones durante todo el día, lo que demuestra su compromiso con la protección del correo.

Por último, el Correo de Croacia recibió fondos para un proyecto destinado a supervisar la calidad de extremo a extremo y al mismo tiempo mejorar la precisión de las mediciones de la calidad, que se evaluaron por última vez en un 95 por ciento. Un segundo objetivo del proyecto fue entregar el 85 por ciento del correo prioritario en D+ 1, el 95 por ciento del correo prioritario en D+2 y el 95 por ciento del correo no prioritario en D+3. **FR**

Quién es quién en la UPU

El hombre de los mil sombreros

Nombre: Hubert Monod

Dirección: Finanzas

Posición: Ayudante Contabilidad

Nacionalidad: Suiza



Contable de profesión, la posición de Hubert Monod en la UPU requiere que vigile las cuentas de la Unión. Se unió a la UPU en 2001, trabajando con el Fondo para la Mejora de la Calidad de Servicio (FMCS), y en 2006 se integró en el equipo de contabilidad. Ahora es responsable, en concreto, de la gestión de las deudas a la Unión, haciendo un seguimiento de los miembros que se retrasan en sus pagos (unidades de contribución) o en las suscripciones a productos y servicios UPU.

Pero Monod lleva una especie de doble vida en la UPU; también colabora en la coordinación de algunos de los eventos de la organización. Suena como un cambio drástico en sus deberes, pero su afición tiene sentido: comenzó planificando el Festival de Deportes Extremos Free4Style en su ciudad natal de Estavayer-le-Lac, Suiza entre 1998 y 2014, haciendo aumentar a la

impresionante cifra de 25.000 personas la asistencia al evento.

"Me gusta la adrenalina de la planificación de eventos. Requiere una reacción muy rápida", dice Monod, quien compara la experiencia con lo que los atletas extremos deben sentir cuando compiten.

Consciente del entusiasmo de Monod por la planificación de eventos, la Dirección General de la UPU pidió su ayuda en la gestión de las actividades sociales que tuvieron lugar con motivo del Congreso Postal Universal en Estambul el año pasado. Desempeñó un papel fundamental en la coordinación de las pausas café patrocinadas por los miembros, las excursiones y los eventos sociales que tuvieron lugar durante el Congreso de tres semanas, que reunió a unos 2.000 delegados.

Más recientemente, tuvo la oportunidad de aportar su experiencia al equipo de la UPU encargado de dise-

ñar un nuevo concepto de stand para la exposición de la industria postal, de paquetería y urgente Post-Expo. Se decidió utilizar nuevas pantallas táctiles equipadas con una aplicación especialmente diseñada para el evento, que mostraba cómo los productos y servicios de la UPU entran en juego durante el viaje de un objeto postal. Los visitantes simplemente tenían que hacer clic en varias partes de la cadena de suministro para obtener más información.

"Este año queríamos probar algo diferente", explica Monod, al tiempo que asegura que está feliz de trabajar en la planificación de eventos de vez en cuando. Mientras tanto, insiste en que está bastante contento de centrarse en las cifras. **KR**

Los CEOs hablan de estrategia

Cerca de 60 directores ejecutivos postales de todo el mundo se reunieron en Moscú, en el mes de septiembre, en la segunda edición del World CEO Forum de la UPU, donde trazaron el camino hacia la creación de un sector postal fuerte.



TEXTO:
KAYLA
REDSTONE

La UPU concibió la idea de albergar un foro exclusivo para los CEOs de operadores designados en 2016, con la idea de proporcionarles un espacio donde pudieran discutir los desafíos y oportunidades clave que enfrenta el Correo y forjar un camino para hacer avanzar el sector. La primera edición, organizada por el grupo La Poste en París, tuvo como lema "liderar el crecimiento postal en un entorno de innovación disruptiva", centrándose en los desafíos y oportunidades presentados por la economía digital, el desarrollo de los servicios financieros postales y el aprovechamiento de grandes datos.

El evento de este año, organizado por el Correo Ruso en Moscú, se basó en las discusiones del año anterior, dando a más directores ejecutivos la oportunidad de compartir experiencias, mejores prácticas y posibles soluciones para la transformación del sector en la era digital. "Con el rápido avance tecnológico y las cambiantes necesidades de los clientes, tenemos que seguir redefiniendo el papel de la UPU y la posición del Correo en el comercio mundial. El World CEO Forum de la UPU es una de las mejores oportunidades para abordar este tema", dijo el director general de la UPU, Bishar A. Hussein.

Por su parte, Nikolay Podguzov, CEO del Correo ruso, subrayó la importancia de crear un Correo más sostenible. "El servicio postal está muy bien posicionado para estar a la vanguardia del procesamiento de la economía global porque es una organización única que trata con personas y les brindarle servicios, lo cual es probablemente una de sus mayores ventajas en una economía global en plena digitalización", explicó.

Guiados por el lema "Liderar el crecimiento multidimensional: cómo y por qué de la estrategia postal", los directores ejecutivos pasaron un día y medio diagnosticando el contexto económico global en el que opera el Correo, analizando cómo trabaja actualmente para satisfacer las necesidades de las partes interesadas y de los accionistas y, a partir de ahí, determinar los modelos comerciales que podrían implementar para prosperar.

Situación global

Con el crecimiento económico y el comercio en marcha después de un período de estancamiento, ha habido una explosión de la demanda de comercio electrónico y logística ligera. "La explosión del comercio electrónico es una fantástica posibilidad para todos los servicios postales", dijo el CEO del Grupo La Poste, Philippe Wahl. "Tenemos sistemas que ya funcionan perfectamente; éste es un primer paso y una razón para transformar y modernizar nuestros negocios".

Aunque el comercio electrónico sigue siendo una gran oportunidad para el Correo en el clima económico actual, los líderes postales deben tener en cuenta los cambios en la demografía y las posibles barreras, advirtió Gabriel Di Bella, representante residente del FMI para la Federación Rusa. Señaló que las regiones con un dividendo demográfico tendrán que llevar a cabo reformas para garantizar que los servicios financieros y otras infraestructuras necesarias para sacar partido del comercio electrónico estén disponibles con objeto de que todos los ciudadanos puedan disfrutarlas. "En un mundo en el que Internet está más difundido, el negocio de la correspondencia personal disminuirá. Pero el comercio electrónico no debe darse por hecho porque depende de la disponibilidad de tarjetas de crédito y similares", explicó Di Bella. Los ejecutivos postales también expresaron sus puntos de vista sobre los retos y oportunidades presentados por estos cambios demográficos globales.

Sueños digitales

Con 1,8 mil millones de población mundial constituida por jóvenes, ha habido una demanda creciente de servicios digitales y móviles. Fruto de ello es el cambio de la comunicación entre personas a la comunicación entre personas y artículos, de modo que los clientes tienen la opción y el control sobre cómo, cuándo y dónde se entregan sus artículos.

Los CEO acordaron que el Correo necesita continuar desarrollando las soluciones tecnológicas innovadoras que demandan los clientes postales modernos, pero algunos expresaron reservas sobre dejar atrás a aquellos que dependen de los servicios físicos tradicionales. Si bien las personas que utilizan Internet han alcanzado el 81% en los países desarrollados según las estadísticas de la UIT, menos del 50% de la población mundial tiene acceso: 41,3% en los países en desarrollo y solo 17,5% en los países menos adelantados.

"Como países en desarrollo debemos aprovechar esta oportunidad para aprender [de otros directores ejecutivos] lo que podríamos tener en el futuro, pero hoy vivimos en una realidad diferente", dijo el CEO de Paositra Malgache, Stéphanœ Razafimanantsoa, y agregó que el Correo debe satisfacer también las necesidades de aquellos que no están en línea.



"El Correo es algo que existe en algunos lugares donde no hay nada más. No podemos vivir sin el Correo". Arkady Dvorkovich, Viceprimer Ministro, Federación Rusa



"Este foro desempeñará un papel positivo en el desarrollo de la industria postal y nos ayudará a cooperar y a compartir experiencias y mejores prácticas". - Rashid Ismailov, Viceministro de Telecomunicaciones y Medios de Comunicación, Federación Rusa

Relaciones con el gobierno

El foro atrajo la atención de funcionarios de alto nivel del gobierno ruso, entre ellos el viceprimer ministro Arkady Dvorkovich y el viceministro de Telecomunicaciones y Medios de Comunicación, Rashid Ismailov. Todos destacaron la importancia del Correo en el desarrollo nacional.

"La economía digital se caracteriza por sus tasas de crecimiento y se convertirá en el principal motor para el crecimiento del mercado global y la inclusión de las poblaciones, lo que significa que debe haber un desarrollo acorde en infraestructura", explicó Dvorkovich durante su discurso de apertura, añadiendo que: "El Correo llega a algunos lugares donde no hay nada más, no podemos vivir sin el Correo".

Lyudmila Kononova, vicepresidenta primera del Consejo del Comité de Política Social de la Federación, agregó que el gobierno siempre ha percibido el Correo ruso no como una empresa, sino como un vínculo entre los ciudadanos y el Estado. Es responsable de brindar una serie de servicios sociales en todo el extenso país, incluidas las pensiones. Señaló que de 42 millones de pensionistas, un tercio vive en áreas rurales y sólo el Correo entrega las pensiones a estas zonas de forma gratuita. Muchos CEOs también subrayaron la importancia de la relación del Correo con el gobierno como proveedor de servicios públicos.

La obligación de servicio universal del Correo, viene definida por el gobierno, que ordena el ofrecimiento de una amplia gama de servicios accesibles a todos los habitantes.

En Sudáfrica, por ejemplo, el banco postal facilita la inclusión financiera, con préstamos donde la mayoría de los bancos comerciales no lo harían. El CEO de la Oficina de Correo de Sudáfrica (SAPO), Mark Barnes, dijo que se enorgullece de este papel que juega el Correo.

"Nuestra medida del éxito no es la obtención de beneficios ya, sino la creación de una clase media. La privatización no es la panacea, crea más desigualdad", agregó. "Si los gobiernos aprovechan el Correo, pueden crear ciudadanos económicamente estables".

Dicho esto, muchos CEO expresaron que la falta de apoyo financiero y político de los gobiernos dificulta el desarrollo de un modelo comercial sostenible, a menudo esperan que el Correo mantenga su red expansiva a la vez que ofrece servicios no rentables a bajo precio, dejando poco o nada para desarrollar servicios innovadores.

"Nuestro desafío es convencer al gobierno de que esto no es gasto, es inversión", dijo Barnes. Otra opción sería buscar financiación en otra parte; sin embargo, muchos gobiernos no le otorgan a Correos rango para administrar su propio capital y, a veces, restringen su capacidad para participar en asociaciones con empresas.



"Nuestra medida del éxito no son las ganancias inmediatas, sino la creación de una clase media". Mark Barnes, director ejecutivo de Correos de Sudáfrica



"Tenemos que convertirnos en coproductores e involucrar a la gente para que pueda formar parte de nuevos modelos de negocio". Pascal Clivaz, Vice Director General de la UPU

Oportunidades

Los CEOs no sólo no rehuieron la identificación de desafíos, tampoco el compartir soluciones potenciales para cubrir la brecha entre las expectativas de las partes interesadas y lo que ofrecen los Correos. Si bien reconocieron la fisura en el desarrollo entre, e incluso dentro de, los países, sugirieron que el Correo en general debería asumir un papel más activo para involucrar a todo el mundo en el proceso de transformación. Por ejemplo, el director general de La Poste de Costa de Marfil, Isaac Gnamba-Yao, describió lo que están haciendo para conectar al mundo rural con las nuevas tecnologías: una plataforma móvil que permitirá a los agricultores ordenar fertilizantes y semillas en sus teléfonos inteligentes facilitándoles así participar en la economía digital a la vez que aumentan la productividad de sus negocios.

"La economía global está cambiando y es importante integrar a las personas en su desarrollo," afirmó Gnamba-Yao. Esto no sólo implica a los clientes, también a los empleados: "Cada empleado del Correo debe estar comprometido con su transformación y con nuestro trabajo para vender innovación".

Los participantes no solo estuvieron de acuerdo en que hay que diversificar el negocio y no solo centrarse en las cartas, pero eso no quiere decir que sólo vayan a proporcionar servicios comerciales, – los CEO dijeron que la red de Correos y la confianza de los Ciudadanos harán de



"Todos los empleados del Correo deben participar en su transformación y en nuestro trabajo para vender innovación". Isaac Gnamba-Yao, Director General, La Poste de Costa de Marfil.

la diversificación de los servicios sociales una gran oportunidad para el futuro. Por ejemplo, los servicios de e-gobierno o los servicios del cuidado de personas mayores. Sin embargo, para captar la confianza de los nuevos clientes más jóvenes, el Correo tendrá que ganar su confianza digital.

En cuanto a las inversiones en infraestructura, los CEO sugirieron que los gobiernos redefinan las OSU para que exista un equilibrio entre los costes de la función del Correo como proveedor de servicios públicos y la satisfacción de las necesidades de sus clientes comerciales. Es importante destacar que el Correo debe crear relaciones de cooperación con empresas privadas, como las nuevas *start-ups*, pero también entre sí. Aquí es donde la UPU juega un papel fundamental.

"La UPU es una organización de vital importancia que puede ayudarnos a convertir la competencia en cooperación", dijo Podguzov.

Los CEO acordaron que la UPU es el actor ideal para facilitar el intercambio de información y mejores prácticas entre los operadores postales. También juega un papel importante a la hora de proporcionar las soluciones técnicas y la asistencia necesaria a los operadores postales que necesitan actualizar su infraestructura.



CEOs de todo el mundo se reunieron en Moscú en el Foro organizado por la UPU.

Seguimiento crítico

"Después de reunir a nuestros CEOs por segunda vez, está claro que este foro es un espacio vital para que los ejecutivos postales se congreguen con objeto encontrar formas de impulsar el sector. Hemos escuchado a los participantes, venidos de todos los rincones del mundo, exponer una diversidad de estrategias comprobadas sobre el terreno que los CEO pueden llevar de vuelta a sus organizaciones", afirmó el Director General de la UPU.

Por su parte, Podguzov agregó: "Hemos tenido debates muy fructíferos. Es importante para nosotros que después de este foro, las ideas compartidas aquí beneficien a todos los Correos, se conviertan en proyectos empresariales y creen más sinergias para que podamos ser más fuertes y más efectivos".

La edición de 2018 del World CEO Forum de la UPU tendrá lugar en Estambul organizada por PTT, Correo de Turquía.

Nueva colaboración con Visa: trabajando en objetivos comunes

Durante la sesión de octubre de su Consejo de Administración, la UPU anunció la reciente creación de un Servicio de Asistencia Técnica para la Inclusión Financiera (FITAF, por sus siglas en inglés), que tiene como objetivo avanzar en la inclusión financiera mediante la aceleración de la digitalización de los servicios financieros postales y el aumento de su aceptación para llegar a los clientes y negocios de la última milla. Visa se une a la Fundación Bill y Melinda Gates para financiar el FITAF y proporcionará una subvención de tres años. Amina Tirana, directora sénior de Visa Inc., destaca la importancia de la tecnología para Correos y comparte con nosotros su visión de una red digital integral que beneficiará a sociedades enteras.

ENTREVISTA:
SONAM
BERNHARD

FOTO:
AMINA TIRANA



"Los Correos deben comprometerse con su papel como agentes de la inclusión financiera".

El lema de Visa es "Todos, en todas partes". ¿Cómo se aplica esto a la inclusión financiera?

La frase lo dice todo: queremos servir a todas las personas, sin importar quién o dónde se encuentren. Esto incluye a los dos mil millones de personas de todo el mundo que quedan fuera del sistema financiero formal, algo que estamos comprometidos a cambiar ofreciendo productos y servicios a medida y mediante alianzas con organizaciones como la UPU y los operadores postales de sus 192 países miembros, que ya tienen relaciones con personas con pocos ingresos y sin acceso a servicios bancarios y pequeños negocios en la misma situación.

Algunos de los muchos colaboradores de Visa incluyen a los gobiernos. ¿Cómo abordan y, en concreto, apoyan a los gobiernos?

Visa trabaja con los gobiernos y los apoya de varias maneras esenciales. A nivel nacional, para proporcionar soluciones de pago que van desde los salarios de los empleados en Egipto, hasta la asistencia social en la República Dominicana, los beneficios de salud en los Estados Unidos y la asistencia de emergencia en Pakistán y Filipinas. En el proceso, Visa ha ayudado a los gobiernos a pasar de la distribución de efectivo o cheques a formas digitales. Visa ofrece soluciones ajustadas a las necesidades y objetivos de cada gobierno. Todos implican ahorros significativos en costos administrativos y brindan mayor seguridad y comodidad a los destinatarios. En varios casos, estas soluciones también representan la primera experiencia de los ciudadanos con el sistema financiero formal.

A nivel mundial, Visa se relaciona con los gobiernos a través de su asociación con organizaciones internacionales, incluida la Alianza para la Inclusión Financiera, la Alianza Better Than Cash y ahora la UPU, las tres están respaldadas por subvenciones benéficas de Visa. También nos relacionamos con los gobiernos a través de otras organizaciones internacionales, entre ellas el Banco Mundial y la Corporación Financiera Internacional, y organismos de establecimiento de normas financieras mundiales.

En todas estas asociaciones nacionales y mundiales, compartimos nuestras experiencias en más de 200 mercados para ayudar a fomentar entornos propicios que sean inclusivos y seguros, y fomentar la innovación y la inclusión financiera

En 2015, Visa asumió el compromiso público de proporcionar cuentas de pagos a otros 500 millones de personas no bancarizadas como parte de la convocatoria del Banco Mundial para el Acceso Financiero Universal en 2020. ¿Cuál es la situación actual y cómo encaja el apoyo de Visa a FITAF?

A fines de 2016, Visa había agregado 162 millones de nuevas cuentas de pago, de las cuales el 56% están en manos de mujeres, el 46% de residentes rurales y el 47% de hogares de bajos ingresos. Informaremos nuevamente a fines de 2017, pero nuestro monitoreo provisional sugiere que ya estamos a más de la mitad de nuestro objetivo. El apoyo de Visa a FITAF se alinea con nuestra misión general de avanzar en la inclusión financiera.

Con el 19% de la población adulta mundial con una cuenta en el Correo, ¿qué se puede hacer para mejorar la función ya importante de los Correos en la inclusión financiera?

Los propios Correos deben comprometerse con su papel como agentes de la inclusión financiera y realizar las acciones necesarias para cumplir con ese rol. Sabemos que puede ser un gran desafío, especialmente sin una comprensión clara de lo que significa ese compromiso, cómo cumplirlo, o qué beneficios pueden derivarse. Por lo tanto, el trabajo de la UPU para aumentar la concienciación sobre el potencial de los Correos para ofrecer servicios financieros inclusivos será muy valioso, especialmente cuando ese potencial esté relacionado con los objetivos nacionales de mitigación de la pobreza y el apoyo del crecimiento económico, y presente información práctica sobre cómo pueden hacerlo.

Un estudio de UPU / ONU Mujeres 2015 muestra que los Correos tienen el doble de clientes de servicios financieros femeninas que los bancos. ¿Qué importancia tiene la dimensión de género en la inclusión financiera para Visa y cómo ve la contribución de los Correos?

¡Me fascinó leer ese estudio! Su contenido aviva tantas ideas. Llegar a las mujeres es esencial. Las investigaciones nos dicen que alcanzar cualquier número de objetivos de desarrollo, desde la salud y el bienestar familiar hasta la prosperidad comunitaria, depende del empoderamiento financiero de las mujeres. Sin embargo, incluso con todo el progreso en la inclusión financiera la brecha de género persiste, y las mujeres sufren un retraso de nueve puntos porcentuales respecto del acceso de los hombres a nivel mundial. Hemos aprendido que en muchos lugares, las mujeres



¡Desde los Estados Unidos a Egipto y desde Kenia a Kazajstán y más allá! los empleados de Visa celebraron en muchos países el Día Mundial del Correo y la asociación con la UPU.

se sienten cómodas utilizando las oficinas de Correos; necesitamos entender mejor esa dinámica y desarrollarla para acelerar la inclusión de las mujeres.

Los avances en la información y en las tecnologías digitales han permitido que millones de personas en el mundo en desarrollo superen muchas de las limitaciones de infraestructura y desarrollo a las que se enfrentan, permitiéndoles convertirse en ciudadanos conectados y productivos. ¿Cuál es el papel de la digitalización en la habilitación de la inclusión financiera y cómo pueden los Correos promover los aspectos positivos de esta función?

Una de las cosas que encuentro maravillosas sobre la inclusión financiera es cuánta innovación origina en el desarrollo y en los mercados emergentes. Hace cinco años, me encontré con una anciana en la zona rural de Mali, que formaba parte de una cooperativa de mujeres que hacía jugo de frutas y comida. Solo podía leer y escribir un poco, y tenía problemas financieros. Pero sabía cómo recibir dinero de su hijo que estaba en la ciudad a través de su teléfono móvil. Los pagos llegaban de forma rápida y fiable y obtenía el efectivo de inmediato por medio de un agente. Antes, tardaba semanas y, a menudo, se perdía o lo robaban cuando se enviaba en un autobús. Esto marcó una gran diferencia para su bienestar. También estaba muy orgullosa de ser una de las primeras personas en la cooperativa en conseguir dinero "móvil".

Por lo tanto, la tecnología, definitivamente, cambia las reglas de inclusión financiera, ayuda a superar las barreras de acceso físico, aumenta la comodidad y

seguridad y reduce los costos para todos los involucrados, especialmente en comparación con los servicios bancarios tradicionales y el alto coste real de efectivo.

Aprovechar la tecnología digital será fundamental para aumentar las oportunidades de los Correos. Esto permitirá nuevos tipos de soluciones, adaptadas a poblaciones específicas. La digitalización y la tecnología también pueden ayudarles a ofrecer servicios financieros a escala, y permitir soluciones a largo plazo, inversiones sostenidas e innovación. Por supuesto, no es una fórmula milagrosa y no es fácil. Pero cuando se combina con una buena comprensión de las necesidades del consumidor, las alianzas adecuadas y el compromiso, obtendremos resultados realmente impactantes.

A medida que se expanden, los pagos digitales crean una infraestructura financiera más fuerte y usuarios más confiados. También conducen a un mayor uso de otros productos, como ahorros, créditos y seguros, que son tan importantes para mejorar las vidas y los medios de vida. **SB**

Esta entrevista se ha editado por su longitud y para mayor claridad.



MÁS SOBRE ESTE TEMA:

<http://bit.ly/2huE67s>

Los Correos deben ser ágiles a la hora de adoptar las nuevas tecnologías

Los debates en el World Postal Business Forum de la UPU, celebrado en septiembre en Ginebra, dejaron un claro mensaje al sector postal: los Correos deben utilizar al máximo las nuevas tecnologías para ofrecer servicios centrados en el cliente.

TEXTO:
KAYLA
REDSTONE

El foro reunió a expertos operativos de la UPU, del Correo y del sector privado para debatir sobre el tema "Conectar puntos: el comercio electrónico, la tecnología y el sector postal". "Este foro de negocios es una inspiradora fuente de ideas a llevar adelante mientras planificamos reuniones con varias partes interesadas", dijo el vice director general de la UPU, Pascal Clivaz, durante su discurso de clausura. "Por supuesto, tenemos que poner a los operadores designados a la vanguardia del espacio digital (...) todos saben hoy que el sector postal es uno de los últimos sectores reales de servicios universales", continuó.

Agilidad: una obligación

Los panelistas se refirieron a los desafíos de la cadena de suministro logística global, cómo desbloquear las barreras que afectan al comercio electrónico transfronterizo, las soluciones de pago y el impacto de la tecnología móvil y la nube. Acordaron que, si bien hay una gran cantidad de tecnología que implementar, los Correos no han sido ágiles a la hora de adoptar estas soluciones que podrían ayudarles a enfrentar los desafíos del comercio electrónico.

Los panelistas se refirieron a los desafíos que presenta la cadena de suministro logística global: cómo desbloquear las barreras para el comercio electrónico transfronterizo, las soluciones de pago y el impacto de la tecnología móvil. Acordaron que, si bien hay una gran cantidad de tecnología que implementar, los Correos no han sido ágiles a la hora de adoptar las soluciones que podrían ayudarles a enfrentar los desafíos del comercio electrónico.

Avances tecnológicos

También señalaron que la tecnología es importante para desbloquear las barreras que enfrenta actualmente el comercio electrónico transfronterizo, como la falta de comunicación entre los socios de la cadena de suministro, los agentes de transporte y las aduanas. Los expertos de la UPU afirmaron que ya han estado trabajando en esto, desarrollando tecnologías y estándares entre las organizaciones, como el Sistema de Declaración de Aduanas (CDS), para facilitar estos intercambios

"Ofrecer soluciones técnicas asequibles es muy importante para nosotros, ya que es nuestra obligación asegurarnos de que las soluciones están disponibles", explicó el Vice Director General quien hizo hincapié en que la UPU siempre estaría allí para ayudar a los países interesados en implementar estas tecnologías y para escuchar las demandas cambiantes de los operadores postales. Además, aseguró a los participantes que la UPU continuaría trabajando en la cadena de suministro con organizaciones asociadas para facilitar el comercio electrónico global para todos.

"Este evento demuestra que la UPU es un foro para dialogar y garantizar que escuchamos a todas las partes interesadas del sector y que encontramos soluciones multilaterales a través de estos debates", dijo Clivaz.

Post-Expo

El foro anual está organizado por la UPU en el contexto de la Post-Expo, que este año reunió a delegados de más de 135 países en el Palexpo de Ginebra, todos ellos relacionados con el mundo postal, la paquetería y la mensajería. Además de ser anfitrión del foro, la UPU también participó en la exposición. En la edición de este año, lanzó un concepto de stand nuevo y moderno basando sus productos y servicios en cuatro pilares: comercio electrónico, dispositivos móviles, nube y *big data*.

Por medio de una aplicación diseñada para las nuevas pantallas táctiles presentadas en el stand, los delegados tuvieron la oportunidad de seguir el recorrido de un envío desde el remitente hasta el receptor a través de los muchos productos y servicios proporcionados por la UPU. **KR**



Los oradores, incluido el director del Centro de Tecnología Postal de la UPU Harald Weyerich (derecha), discutieron el desbloqueo de las barreras durante el segundo panel del World Postal Business.



Foto de familia de lo ganadores de premios y los invitados VIP

Día Mundial del Correo 2017

Inauguraciones y visitas guiadas a las oficinas de Correos, campañas de donación de sangre entre los empleados postales, lanzamiento de sellos especiales: este año no faltó originalidad en las actividades organizadas para el Día Mundial del Correo el 9 de octubre. El objetivo, sin embargo, no se modificó: sensibilizar al público y a las empresas sobre el papel que desempeña el servicio postal en la vida cotidiana y en el desarrollo socioeconómico mundial.

TEXTO:
SONAM
BERNHARD

La Oficina Internacional de la UPU también eligió celebrar este Día de una manera novedosa, organizando una ceremonia de entrega de premios en Berna para honrar a los ganadores del 46° Concurso Internacional de Composiciones Epistolares para Jóvenes, así como a los países mejor calificados en el Índice integrado para desarrollo postal (2IPD) de 2016.

Entre los invitados había representantes de alto nivel de los operadores designados, reguladores y de las Naciones Unidas, así como embajadores, ministros y autoridades suizas. Los empleados de la Oficina Internacional también respondieron a la invitación extendida por la Dirección, que aprovechó la oportunidad para agradecer al personal su trabajo y dedicación.

Comprensión humana

El Concurso Internacional de Composiciones Epistolares perpetúa un arte antiguo en un momento en el que, como señaló el Director General de la UPU, "el alcance de Internet aumenta cada año y cambia la forma en que los ciudadanos interactúan, se comunican y hacen negocios".

Concebido para fomentar la alfabetización entre los jóvenes y desarrollar su capacidad para expresar sus pensamientos por escrito, el concurso también tiene como objetivo concienciar sobre la importancia de los servicios postales. Alrededor de 1,2 millones de jóvenes de 49 países se ponen, como lo propuso el tema de 2017, en la piel de un asesor del Secretario General de la ONU para ayudar a resolver un problema mundial apremiante.

Desde la crisis de los refugiados hasta el desarrollo sostenible y la erradicación de la violencia, por citar solo algunos, los 49 finalistas mostraron problemas muy humanos y un claro compromiso con la cooperación internacional, como señaló António Guterres en su mensaje al comienzo de la ceremonia.

2IPD: Hablan los campeones

1º Suiza

"Este premio 2IPD nos llena de orgullo y nos confirma que la estrategia de Swiss Post está en el camino correcto. Nos alienta a mejorar constantemente nuestros servicios y a estar siempre atentos a las necesidades de nuestros clientes, para quienes queremos hacer la vida más fácil".

Susanne Ruoff, Directora General, Swiss Post

2º Francia

"Este premio reconoce la resiliencia del modelo de negocio de La Poste y la relevancia de nuestras decisiones estratégicas. El 2IPD es un indicador que realmente puede motivar a todos los operadores, sirviendo como base desde la cual evolucionar y continuar desempeñando un importante papel económico y social en el futuro".

Béatrice Roux, Directora de Asuntos Internacionales, La Poste Group

3º Japón

"Este premio demuestra el compromiso de mantener nuestro papel social, incluso después de la privatización, y también que hemos trabajado mucho para mejorar nuestra calidad de servicio".

Masahiko Metoki, Vicepresidente Senior de Asuntos Internacionales, Japan Post

Brillante pluma y voz

Después de haber viajado desde Togo, donde ganó el concurso nacional antes de ser galardonada con la medalla de oro por el jurado de la UPU, Eva Giordano Palacios, de 14 años, dejó a la audiencia profundamente conmovida tras leer su conmovedora carta sobre el matrimonio infantil. "La solución, la única solución para el matrimonio infantil es la educación. La educación permite que los niños de hoy, que serán los adultos del mañana, entiendan que las antiguas tradiciones que les obligan a casar a sus hijas son injustas, y que la pobreza no es excusa", declaró.

Determinada y entusiasta, Eva es una apasionada de las artes. Después de leer su carta nos ofreció una canción que había compuesto sobre el mismo tema, por la que recibió una gran ovación de la audiencia. La pregunta retórica de Hussein lo decía todo: "¿Podría el Secretario General encontrar un mejor consejero que Eva?".

Yackoley Kokou Johnson, embajador de Togo en Suiza, fue el encargado de felicitar a Eva por su carta, que describió como "una obra de sensibilidad y humanidad para las niñas". El embajador, que dijo que cree que "el servicio postal es una de las mejores muestras del ingenio humano en la comunicación tanto en sus orígenes como en su capacidad para adaptarse al medio ambiente", también expresó que "la carta es una de las mejores muestras de lo profundo del entendimiento humano, ya que es el resultado de la inspiración y la reflexión. Transmite una parte de la fuerte personalidad de quien la escribió y las realidades que ha presenciado y sentido".

Si las cartas parecen obsoletas en nuestras sociedades cada vez más digitales, estos jóvenes han demostrado a través de su talento indiscutible que su escritura todavía tiene un futuro brillante por delante.

Premiados, dignatarios y empleados se reunieron con el mismo propósito: celebrar todos los aspectos del servicio postal.





Para acabar con el matrimonio infantil rompiendo el círculo vicioso de la ignorancia y la pobreza, Eva pidió al secretario general de la ONU que apoye financieramente a los países afectados.

Índice de excelencia

Pero los Correos no están ahí solo para sellar cartas. Como explicó Hussein, "facilitan el desarrollo inclusivo y son una parte esencial de la economía global". Al reconocer esta realidad, la UPU dio un paso decisivo y progresivo al crear el ZIPD, con sus cuatro indicadores de confiabilidad, alcance, relevancia y resiliencia.

La ceremonia inaugural otorgó premios a los tres países de mayor rendimiento en el índice: Suiza, Francia y Japón, y a los cinco campeones regionales: Polonia de Europa del Este y la CEI, Singapur de Asia-Pacífico, Mauricio de África, Brasil de América Latina y el Caribe, y los Emiratos Árabes Unidos de la región árabe. Estos alentadores resultados demuestran que una sólida infraestructura social, económica y postal puede ayudar a alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas.

Representantes sénior de estos países subieron uno tras otro al escenario para recibir su premio de manos de Bishar Hussein y Pascal Clivaz, Director General y Vice Director General, respectivamente. Ambos felicitaron calurosamente a los premiados por su desempeño y los alentaron a continuar en este camino. Los premios son un testimonio de la excelencia y el espíritu innovador de estos Correos.

Susanne Ruoff, directora general de Swiss Post, recibió el premio en nombre de Suiza, que obtuvo una puntuación perfecta en el índice. En su discurso aprovechó la oportunidad para rendir homenaje a los empleados que brindan un servicio de alta calidad día tras día. Béatrice Roux, directora de Asuntos Internacionales del Grupo La Poste, se refirió al rol social del Correo Francés, que desarrolla servicios dirigidos a clientes vulnerables, como los ancianos. Para Masahiko Metoki, vicepresidente sénior de Asuntos Internacionales de Japan Post, este premio coincidió casi con el día del décimo aniversario de la privatización de su operador, y es un reconocimiento de todos sus esfuerzos hasta el momento. Basta con decir que el ZIPD alentará a los Correos a mejorar aún más su puntuación y les dará la esperanza, como lo expresó el campeón regional Polonia, de recibir otro premio el próximo año. **SB**



VIDEO ZUM ZIPD

<http://bit.ly/2zSjzFq>



FOTO ALBUM

<http://bit.ly/2yHd4Bb>

GANADORES CARTAS Y MENCIONES ESPECIALES:

<http://bit.ly/2AIQaNZ>

46^o Concurso internacional de composiciones epistolares de la UPU para jóvenes (2017)



PRIMER PREMIO

Eva Giordano Palacios,
14 años (Togo)

Querido Secretario General,

Mi nombre es Eva Palacios, tengo 13 años y vivo en Lomé, Togo. Igual que cualquier otra niña, sueño con la boda perfecta, con un deslumbrante vestido blanco y el caballero perfecto a mi lado, con un buffet interminable y dos anillos de boda que son más hermosos que los diamantes. Sueño con la boda perfecta, pero es solo un sueño ya que tengo todo el tiempo del mundo antes de casarme, ¡y por eso soy feliz! Es solo un sueño para mí, pero para otras niñas es una realidad horrible. Todos los días se convierte en una realidad para las adolescentes pobres que no pueden defenderse. Cada año, más de 15 millones de niñas de 15 años o menos son obligadas a casarse con hombres que triplican su edad.

Sin duda usted ha entendido ya, señor Secretario General, que hoy me gustaría hablar sobre el matrimonio infantil.

El matrimonio infantil es el acto de casarse con una niña que no ha alcanzado legal o emocionalmente la edad para contraer matrimonio. El matrimonio infantil es el resultado de tradiciones profundamente arraigadas, la pobreza, la ignorancia, el embarazo temprano o la carencia de ley. Los países subdesarrollados y pobres a menudo son los más afectados, y las víctimas suelen ser niñas de 15 años o menos. Se casan para construir alianzas estratégicas y asociaciones con otras familias. Se casan por la tradición, lo que deja a sus padres sin opción en el tema. Se casan porque se las considera una carga y otra boca que sus padres han de alimentar. Se casan porque... porque... porque...

La solución, la única solución para el matrimonio infantil, es la educación. La educación permite a los niños de hoy, que serán los adultos del mañana, entender que las antiguas tradiciones que les obligan a casar a sus hijas son injustas, y que la pobreza no es excusa, especialmente cuando los hombres son demasiado mayores para ellas. Pero la educación no es posible sin medios, sin dinero. Los países subdesarrollados a menudo son pobres, carecen de los medios para construir buenas instalaciones educativas y reclutar docentes cualificados. Se conforman con escuelas de bajo rendimiento. La ayuda a los países subdesarrollados debe, por lo tanto, aumentarse, para que estos países puedan recuperar el terreno perdido en términos tanto de sus educadores como de su infraestructura. Pero por ahora, se debe alentar a estos países a fortalecer sus leyes contra el matrimonio infantil. Cuando las familias terminan ante los jueces por haber casado a su hija demasiado joven, a menudo acaban sin cargos ya que pueden sobornar al juez o al agente de policía. Sin mencionar que el sistema legal a menudo es demasiado indulgente en este tipo de casos. E irónicamente, aunque fue la falta de dinero lo que los llevó a casar a su hija, los padres tienen que encontrar el dinero para sobornar a las autoridades legales. Están atrapados en un círculo vicioso y solo usted, señor Secretario General, tiene el poder de ayudarlos a liberarse.

Sr. Secretario General, espero que mi pequeña contribución lo ayude a planificar su trabajo para los próximos años, y que logre terminar de una vez por todas con la práctica inhumana y obsoleta que es el matrimonio infantil.

Saludos cordiales,
Eva Palacios

Difundir el amor por las cartas

En 2013, el escolar británico Toby Little se embarcó -junto con su madre, Sabine- en un proyecto para el verano: decidió escribir una carta a los 193 estados miembros de la ONU. Cuatro años después su hobby se convirtió en un proyecto en marcha.

TEXO:
KAYLA
REDSTONE

Para comenzar a enviar mensajes escritos a mano a todos los países del mundo a los cinco años Toby se inspiró en un libro que leyó sobre el viaje de una carta de Inglaterra a Nueva Zelanda. Con las vacaciones de verano a la vuelta de la esquina, Toby y su madre pensaron que escribir esas cartas sería un divertido proyecto de verano. Varios años después, Toby, de nueve años, ha escrito más de 1.100 cartas y recibido más de 500 respuestas de amigos y extraños de todo el mundo. Comparte fotos de sus cartas y sus respuestas a través del sitio web del proyecto, writingtotheworld.com. Sabine también ayuda a su hijo a compartir el Proyecto en Facebook y Twitter.

Cuando se le pregunta por qué prefiere un medio tan tradicional de comunicación como las cartas en una sociedad digital como la de hoy, Toby dice que todo se reduce a la anticipación y la autenticidad.

"Con las cartas, puedes preguntarte cuál será la respuesta, y esperarla, y sentirte emocionado cuando llegue. Te ayudan a ser paciente muy, muy paciente. Con una carta, también consigues sellos curiosos y coloridos, emocionantes; pero con un correo electrónico, todo lo que obtienes es un "tema" y algunas palabras", explica.

Las cartas de Toby se han publicado en el libro titulado "Querido Mundo, ¿cómo estás?", disponible ahora en varios idiomas.





Una de las cartas más queridas de Toby es la respuesta de un periódico libanés en forma de portada simulada.

Impacto educacional

Aunque Sabine sugiere que no es razonable suponer que solo porque Toby haya escrito a todos los países, él pueda recordar cada detalle que ha recopilado, dice que el proyecto alimentó su interés por aprender.

"[El proyecto] le ha provocado mucha hambre de conocer idiomas, costumbres, personas y animales", dice Sabine. "Ese hambre es un gran punto de partida en la vida", agrega.

Toby se hace eco de esto y explica que investigar cada país y pensar en nuevas preguntas que hacer es una de las partes del proceso de redacción de cartas que más le gusta. Y dice que espera que ayudar a sus seguidores a conocer diferentes partes del mundo fomente humanidad y comprensión.

"Al escribir cartas y hacer preguntas, la gente se conocerá mejor. Si sabes cómo piensan y sienten otras personas, tal vez sea más fácil entenderse y quererse, y esto ayudará a que la gente no se pelee, a que haya menos enfrentamientos", explica.

Cuando se le pidió que eligiera algunas de las respuestas que más le han gustado, Toby describe la de un periódico libanés, que lo hizo en forma de portada simulada; una carta de un empleado del Museo Henry Ford en Michigan, que luego les dio una gira a Toby y a su madre durante un viaje familiar a los Estados Unidos, y una respuesta de un investigador desde la Antártida, que le envió una foto del Polo Sur para felicitarle cuando cumplió los seis años.

Países sin respuesta

A pesar de sus intentos, todavía hay 20 países de los que Toby aún no ha recibido respuesta: Angola, Armenia, Burundi, República Centroafricana, Cuba, Guinea Ecuatorial, Guinea, Guinea Bissau, Costa de Marfil, Kiribati, Mauritania, Pakistán, Panamá, Somalia, Sudán, Siria, Tayikistán, Tonga, Túnez y Tuvalu.

Sin embargo, parece que Toby se ha dado suficiente tiempo y paciencia para esperar las cartas de estos países restantes: "No sé cuándo terminaré [el proyecto], pero espero que al menos continúe hasta que sea mayor", dice. "Mi interés está alimentado por el interés de Toby", agrega mamá. "Mientras quiera continuar, estoy feliz de apoyarlo. Creo que es sorprendente que tantas personas se hayan interesado y quieran ayudar: ha surgido una hermosa comunidad de profesores, padres y niños, y de gente en general, que desean explorar el mundo con Toby." KR

Para quienes estén interesados en leer las cartas de Toby o quieran contribuir: visiten el sitio web del proyecto: www.writingtotheworld.com

Para aquellos que prefieran leer en papel, las cartas de Toby han sido publicadas en un libro: "Dear World, How Are You", disponible ahora en varios idiomas.

Lituania reemplaza las oficinas rurales por “oficinas móviles”

A medida que las poblaciones disminuyen en la campaña lituana, el operador designado cierra cientos de oficinas postales rurales, reemplazándolas por "oficinas móviles": carteros, equipados con tecnologías portátiles, que llevan a cabo transacciones postales a las puertas de los clientes. Aunque el proyecto implicará una reducción en la fuerza de trabajo, el Correo dice que el nuevo modelo es necesario para mantener los servicios rurales en medio de un cambio en la demografía.

**TEXTO:
DAVID
KOCH**

Los jóvenes están buscando oportunidades económicas en los centros urbanos y en el extranjero, por lo que las oficinas de correos en las zonas rurales "no son rentables ni sostenibles", dijo Mikas Jovaišas, jefe de estrategia y desarrollo comercial de Lituania Post. "Descubrimos que cada año, la disminución es del cinco al diez por ciento del volumen de servicio".

Setenta y siete oficinas postales se han cerrado como parte de la primera etapa del proyecto, y se espera que las oficinas móviles reemplacen a 375 oficinas de correo situadas en áreas rurales de todo el país. En la actualidad, están abiertas solo de dos a cuatro horas diarias, resultado de las medidas de ahorro previas, afirmó Jovaišas.

Los clientes pueden usar el servicio llamando a un centro de atención telefónica y acordando que un "cartero móvil" se pase por su casa a una hora predeterminada y también pueden llamarles mientras hacen sus rondas.

Los carteros también hacen paradas en lugares designados durante el día, generalmente en un lugar del pueblo cerca de la ubicación anterior de la oficina de correos, donde esperan 15 o 20 minutos por los clientes. Esto tiene como objetivo dar servicio a personas desprotegidas que carecen de acceso a un teléfono, y que de lo contrario estarían desconectadas.

Los carteros están equipados con una tableta, un teléfono móvil, una impresora de recibos y una báscula pequeña para pesar artículos postales. Actualmente se están probando tres tipos de vehículos (Volkswagen Caddy, Ssang-Yong Tivoli y Renault Kangoo), y hacen un promedio de 26 paradas lo que representa aproximadamente 100 km diarios. Sus rutas implican principalmente entregas, ya que las ventas son bajas: las oficinas-móviles normalmente reciben solo una solicitud cada dos o tres días.

El objetivo del proyecto es ahorrar dinero al combinar el papel del cartero con las tareas de ventas que generalmente llevan a cabo los empleados de la oficina postal. El modelo reducirá los costos operativos para las áreas rurales afectadas en un 15 por ciento, según el Correo.

El Correo ahorrará en costos, incluido el alquiler de instalaciones postales, muchas de las cuales están en malas condiciones y requieren reparaciones importantes. Si bien gran parte de los ahorros provendrán de los salarios de los empleados cuyos empleos sean reemplazados por el servicio, Jovaišas sostiene que la reducción de personal permitirá que la empresa de propiedad pública pague salarios más altos a los empleados que permanecen en puestos móviles, y que el aumento será de hasta 20 por ciento para estos trabajadores, que en su mayoría serán empleados a tiempo completo. **DK**

Swiss Post experimenta la "oficina del futuro"

Interlaken es una ciudad muy conocida entre los montañeros como puerta de entrada a los Alpes suizos. Hoy, es también el umbral del nuevo enfoque de los servicios de venta minorista postal, ya que Swiss Post experimenta un nuevo concepto en su oficina de Correos de Interlaken.



Los clientes reciben una cálida bienvenida en el amplio mostrador de información de la oficina postal "nuevo concepto" de Swiss Post en Interlaken

**TEXTO:
DAVID
KOCH**

La oficina de Correos en el centro de Interlaken podría servir como muestra para la "oficina del futuro", en función de cómo responden los clientes al nuevo diseño.

Los clientes que acuden a la oficina de Correos de "concepto abierto" se encuentran nada más entrar con un amplio mostrador de información con la palabra "grüessech", una expresión que significa "hola" o "bienvenidos" en el dialecto bernés del alemán suizo. El mostrador de información y consejos es una característica esencial de esta oficina de correos experimental.

"En el mostrador de información y asesoría, los empleados explican los productos a los clientes y les muestran cómo llevar a cabo sus transacciones postales de manera eficiente", dijo la portavoz de Swiss Post, Jacqueline Buehlmann, quien explicó que estos puestos de nueva creación - cuya denominación aún se está definiendo - actúan como anfitriones de la oficina postal debido a que conocen perfectamente todos los productos y servicios de Swiss Post.

Este nuevo puesto se ocupa de la atención al cliente, proporcionando información, consejos, explicaciones y ventas de todos los productos y servicios que no están incluidos en las operaciones de ventanilla.

Por ejemplo, pueden ayudar a los clientes a instalar y usar la aplicación Swiss Post en sus dispositivos móviles (la sucursal ofrece Wi-Fi gratis). También pueden proporcionar instrucciones sobre cómo usar los casilleros de paquetes conocidos como "Mis Terminales Post 24". Ubicados en todo el país en lugares como estaciones ferroviarias o cerca de tiendas de comestibles, incluida una fuera de la

sucursal de Interlaken, estos casilleros permiten a los clientes dejar o recibir paquetes fuera de las horas normales de la oficina postal.

Otra tarea de estos empleados es la de mostrar a los clientes cómo realizar transacciones de forma independiente en áreas de autoservicio, donde colocan su envío en una balanza y luego, usando una pantalla táctil interactiva, imprimen y colocan el franqueo necesario. Después de preparar un artículo para el envío de esta manera, los clientes pueden pagar con tarjeta de débito utilizando el servicio automatizado o proceder al pago. (Estos mostradores de autoservicio también se encuentran en lugares como supermercados en el resto del país).

Al hablar de las necesidades de los clientes y mostrar soluciones, esta iniciativa ayuda a crear una buena relación con la clientela y a aumentar la conciencia del público sobre los productos físicos y digitales del Correo.

Otras características de las nuevas oficinas es la de incluir un servicio al conductor en el que los clientes realizar transacciones postales sin salir de su automóvil. Si bien este tipo de servicio ya existe para clientes comerciales, la sucursal de Interlaken es el primer ejemplo de Swiss Post para los clientes privados. Esto podría ser especialmente útil para las personas mayores con problemas de movilidad. Hasta el momento, este servicio al automovilista en Interlaken está siendo utilizado por aproximadamente 20 clientes comerciales y cinco clientes privados a diario, con las tardes siendo la hora más ocupada del día. En general, el objetivo es la creación de un entorno más conveniente para los clientes. En lugar de esperar en la cola, pueden tomar un número y esperar en un asiento cómodo, y los niños aprender a enviar cartas en el escritorio de juegos equipado con material de escritura y un pequeño buzón.

El Correo planea analizar los resultados de esta prueba antes de extender el diseño a sucursales piloto en otras partes del país. Las ideas que se prueban en Interlaken podrían servir como modelo para nuevos servicios postales centrados en el cliente. **DK**

ALEMANIA

DEUTSCHE POST DHL GROUP (DPDHL) ha colaborado con el proveedor automotriz ZF y la empresa de informática NVIDIA para lanzar una nueva flota de camiones de reparto autónomos en 2018. El proyecto piloto se centrará en el transporte de paquetes, incluida la entrega en la última milla. También incluirá equipar a la flota existente de DPDHL con sensores para alimentar datos en diferentes rutas al sistema IA de ZF.

DPDHL tiene planes para invertir más en personal, lanzando nuevas oportunidades de capacitación para especialistas en mensajería, correo urgente y servicios postales en 2018. Esta oferta está dirigida a solicitantes mayores con experiencia laboral previa. La compañía ya ofrece capacitación en 18 campos ocupacionales y 13 cursos de estudio duales.

AUSTRALIA

AUSTRALIA POST ha extendido su servicio de suscripción de compras en línea "Shipster" a todo el país. Shipster ofrece a los compradores acceso a envíos gratuitos con 50 de los minoristas en línea más grandes del país para compras superiores a 25 AUD (19 USD).

CHINA

EL STATE POST BUREAU DE CHINA informó de un aumento en los envíos exprés durante el día "Doble 11" que se celebra en China anualmente, con 331 millones de envíos entregados por empresas postal y exprés este año. Esto representa un aumento del 31,5 por ciento en comparación con 2016. "Doble 11" es un evento del comercio electrónico que se celebra el 11 de noviembre de cada año.

CROACIA

CROATIAN POST ha firmado un acuerdo de asociación con DHL para la cooperación en entregas de paquetes, centrándose principalmente en el mercado de empresa a cliente. Como parte del acuerdo, Croatian Post se unirá a 26 países europeos integrantes de la red Parcel Connect de DHL.

ESTADOS UNIDOS

AMAZON lanzó su nuevo servicio Amazon Key en Estados Unidos que permitirá los agentes de entrega dejar los paquetes en los domicilios de los receptores. El servicio, que está disponible para los miembros de Amazon Prime, incluye el acceso a una aplicación que les permite rastrear su paquete, y la obtención de un candado inteligente que brinda acceso a la persona de la entrega al hogar y una cámara de seguridad que permite a los clientes controlar la entrega.

FRANCIA

EL GRUPO LA POSTE ha anunciado su intención de crear una empresa conjunta con SUEZ -empresa francesa de gestión de residuos- para recoger y recuperar residuos de oficina en el territorio continental de Francia. El proyecto está sujeto a la aprobación previa de la autoridad nacional de competencia.

IRLANDA

AN POST ha dado un paso adelante para hacer que el proceso de devolución sea más fácil para los consumidores, lanzando un nuevo servicio llamado ReturnPal. Después de descargar la aplicación ReturnPal de Apple Store o Google Play Store, los clientes solo tienen que introducir la dirección en donde desean que se recoja su paquete y An Post imprimirá la etiqueta de devolución y lo devolverá al minorista. La aplicación también les permitirá rastrear ese paquete devuelto hasta que llegue al minorista.

KAZAJSTAN

KAZPOST anunció que ampliaría sus centros de autoservicio en supermercados en todo el país. El concepto, lanzado por primera vez en 2015, facilita el acceso de los clientes a los servicios para enviar y recibir paquetes mediante terminales electrónicos y está disponible al menos 14 horas por día, siete días a la semana. Actualmente hay 74 "supermercados" en funcionamiento, pero el Correo tiene la intención de agregar 54 adicionales a fines de 2017.

LITUANIA

LITHUANIAN POST Su filial LP EXPRESS anunció que ampliaría su red de terminales autoservicio de paquetería en todo el país en respuesta al desarrollo del mercado del comercio electrónico. La compañía instalará 40 nuevos terminales en ciudades y pueblos, aumentando así la red en casi un 160 por ciento.

MALDIVAS

MALDIVES POST ha lanzado un nuevo autoservicio de paquetería, llamado PikPost. A través de PikPost, los clientes tienen ahora acceso las 24 horas del día a los casilleros de recogida de paquetes a los que pueden acceder utilizando un código enviado por SMS una vez que llega el paquete.

SUIZA

SWISS POST se ha unido a varias otras empresas suizas -incluidos bancos, un proveedor de servicios financieros, un proveedor de telecomunicaciones, una compañía de seguros y el ferrocarril federal- al firmar un memorando de entendimiento para crear una empresa conjunta destinada a desarrollar una identificación digital para ciudadanos suizos. Esta identificación electrónica segura ayudará a facilitar los servicios de acceso en línea de los ciudadanos. El Correo declaró que la nueva compañía, llamada SwissSign Group AG, desarrollaría una "solución hecha por el sector privado, pero certificada por el Estado".

Información de Kayla Redstone



Poststempel

Validieren und Entwerten im Postamt

Mail Daters

For validation or cancelling in the post office

Dateurs postaux

Pour valider et oblitérer au bureau de poste

REINER
www.reiner.de



Innovation bringing value

Every single day, hundreds of millions of parcels, packages and mailpieces move around the world, along the roads to our houses. In more than 20 countries, on 5 continents, a large part of them is sorted, routed, tracked, prepared for delivery by our solutions. SOLYSTIC provides operators of postal and parcel industry with solutions for e-commerce logistics, B2C delivery preparation, "mixed" mail sorting and automatic resolution of delivery addresses. We help our customers to meet growing demand, to be ahead of the competition, to make their business profitable. SOLYSTIC: we always try to think creatively.

Innovative solutions for the mail and parcel industry.

