

UNION POSTALE

Septiembre de 2007

.....
La actualidad que hace moverse
al sector postal



UPU, Organismo especializado
de las Naciones Unidas

3



¡Luz verde al verde!

¿Cómo beneficiarse de la tecnología del futuro?

PosTech 2007 es la única conferencia internacional centrada en la tecnología de nueva generación y su impacto en el correo. Más de 400 dirigentes influyentes del mundo postal estructurarán el futuro del sector.

- **2 días de presentadores de renombre internacional:**

- Ex primer ministro de Nueva Zelanda
- Ex viceprimer ministro de Malasia
- Director de la Comisión Europea
- Director General de la UPU
- Director de la explotación, AMD (E.-U.)
- Director, Banco Mundial

Participarán también directores y vicepresidentes de: • IBM • Oracle • Dell • Microsoft • Siemens • Cisco Systems • Hewlett Packard • Western Union • USPS • Japan Post • La Poste • Saudi Post • DHL Global Mail • Royal Mail • Emirates Post

- **Talleres sobre las tecnologías:**

- Tecnología operativa • Posicionamiento geográfico
- Administración en línea • Servicios financieros



1ª conferencia internacional sobre las tecnologías postales de la información
14 – 15 de noviembre de 2007

Hilton Hotel, Jeddah,
Reino de Arabia Saudita

Para inscribirse:

events@triangle.eu.com

Para sus actividades de promoción:

nigel.ashton@triangle.eu.com

Póngase en contacto por teléfono: +44 (0) 1628 642 910

www.postech2007.com Skype: [triangle.events](https://www.skype.com/en/contacts/voice/triangle.events)

Partners and sponsors:



Índice



Se estima que el sector del transporte es responsable, él solo, de la cuarta parte del total de emisiones de CO₂ en el mundo. Los correos, grandes utilizadores de camiones, motocicletas y aviones para la distribución diaria del correo, han iniciado desde hace algún tiempo una revolución verde para aportar su ayuda a nuestro planeta que se está ahogando.

Apuntes	4
Ojeada a las actividades de la UPU	5
Prólogo	5

Cubierta	
Circulación ecológica	
El sector postal cambia de velocidad, y el planeta lo agradece	10

¿Eso hace el correo?	
Alimentación, salud, servicios a las personas... actualmente, los correos ya no distribuyen sólo cartas y encomiendas	15

Renacer de sus propias cenizas	
El correo liberiano reasume servicio en la economía nacional en plena reconstrucción	18

El futuro de las microplaquetas en el correo	
La UPU quiere identificar la tecnología RFID más accesible para todos y definir normas internacionales	23

El buzón	
Los lectores se expresan	27

La entrevista	
La innovación como motor estratégico	
Por José Damián Santiago Martín, las nuevas tecnologías constituyen un elemento fundamental del futuro de Correos de España	28

Panorama	
Ojeada a las actualidades postales en el mundo entero	33

Septiembre de 2007

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

www.upu.int

Publicada desde 1875, Union Postale se puede obtener también en alemán, árabe, chino, francés, inglés y ruso.

Directora, Despacho ejecutivo y comunicación: Juliana Néi
Redactor jefe: Rhéal LeBlanc
Asistente de redacción: Jérôme Deutschmann
Secretaria de redacción: Gisèle Coron
Colaboradores: Emmanuel Deonna, Carole Morgenthaler, Laurent Widmer
Grafismo: Die Gestalter, St. Gallen (Suiza)
Impresión: Benteli Hallwag AG, Berna (Suiza)
Suscripción: publications@upu.int

Las opiniones expresadas en los artículos publicados en la revista no son necesariamente las de la UPU. Los artículos publicados en Union Postale pueden ser reproducidos indicando la fuente: ©Union Postale (UPU)

apuntes

Distribuciones especiales para Harry Potter



En la historia del correo, no se recuerda que los carteros, en ningún lugar del mundo, hayan distribuido el mismo día tantos libros idénticos encargados por Internet. Este libro es el de Harry Potter, y el acontecimiento se produjo el sábado, 21 de julio. Dicho día, los carteros de varios países entregaron más de 2,4 millones de ejemplares del séptimo y último tomo de Harry Potter en inglés.

El servicio postal estadounidense distribuyó 1,8 millones de ejemplares, frente a 600.000 que distribuyó el correo británico. Según Royal Mail, uno de cada cuarenta y tres hogares del país recibió el libro por correo. En Canadá, fueron 80.000 ejemplares los que pasaron por la red postal. Los correos francés y suizo también efectuaron distribuciones especiales.

Desde la publicación del primer tomo, en 1997, el comercio electrónico no ha dejado de aumentar y el correo se perfila cada vez más como actor clave de la cadena de distribución. Entre 2004 y 2005, el número de encomiendas ordinarias de los servicios interior e internacional aumentó globalmente en un 11%, alcanzando un total anual de 6.000 millones de encomiendas.

El correo seguirá participando en el fenómeno Harry Potter en los próximos meses, a medida que el libro se publique en otras lenguas. Por ejemplo, los carteros alemanes y suizos distribuirán la versión alemana de Harry Potter and the Deathly Hallows en la noche del 27 de octubre, entre medianoche y las 2 de la mañana. **RL**

La cifra

63 000 000

¡Olé! Barcelona acoge POST-EXPO 2007



Los actores del mundo postal, entre los que figuran numerosos proveedores de tecnología, se dan cita este año en Barcelona (España) para la 11a edición de POST-EXPO. Del 2 al 4 de octubre de 2007, POST-EXPO

acogerá a más de 160 expositores y a 4.000 participantes de un centenar de países que asistirán no sólo al salón comercial, sino también a las conferencias que tendrán lugar simultáneamente. Estas conferencias abarcan el foro mundial de las empresas postales organizado por la UPU y cuyo tema de apertura versará sobre la respuesta del sector postal al cambio climático. Estrategias postales del futuro, identidad visual del correo y servicios postales digitales figurarán entre otros temas que se abordarán durante los tres días del foro. Además, numerosos talleres que versarán sobre la tecnología tendrán lugar

paralelamente, así como un salón dedicado a la logística en materia de envíos por expreso y de encomiendas. Organizado anualmente por UKIP Media & Events, POST-EXPO es un acontecimiento al que la UPU se asocia desde el año 2000. Además de presentar la organización al mundo entero, el stand de la UPU pondrá de relieve sus principales productos y servicios, entre los que figuran el sistema financiero internacional (IFS), el sistema postal internacional (IPS) y POST*CODE, así como otros proyectos innovadores tales como el sello postal digital y .post. **RL**

prólogo

El correo se vuelve ecológico

Huracanes violentos, inundaciones devastadoras, canículas mortíferas, los glaciares se derriten, los medios de comunicación nos recuerdan todos los días las consecuencias horribles del calentamiento del planeta. Esta es una de las preocupaciones mayores de los tiempos modernos. El reciente G 8 las ha convertido en prioridad, los políticos realizan películas que impresionan la imaginación y numerosas organizaciones de la ONU se consagran a este tema. La Asamblea General de las Naciones Unidas celebró incluso recientemente un debate sobre este tema. Por otra parte, Ban Ki-moon, Secretario General de las Naciones Unidas, declaró que “el cambio climático, y nuestras reacciones ante el mismo definirán el destino de nuestra especie, nuestra era

y, a plazo, la herencia global que dejaremos a las generaciones futuras. Es hora de pensar de manera diferente, de tomar estos acontecimientos más en serio. Las Naciones Unidas forman parte integrante de la solución.” En este contexto, el sector postal mundial, con el apoyo de la UPU, intenta aportar su piedra al edificio, actuando sobre los déficit globales que se plantean en materia de protección del medio ambiente y de desarrollo duradero. Y con razón, las estimaciones más modernas demuestran que el sector postal mundial – cinco millones de empleados postales (hasta 10 millones si se considera en su conjunto) y 600.000 establecimientos postales – utiliza unas 250.000 motocicletas, más de 600.000 vehículos y centenares de aviones para distribuir el correo en el mundo. Sin olvidar

las toneladas de papel utilizadas diariamente para asegurar la comunicación. Al sector le toca pues desempeñar su papel en la reducción de las emisiones de gas que producen un efecto de invernadero, como así lo explica nuestro artículo señero.

Por otra parte, *Union Postale* propone una actualidad de las más regocijantes, con un artículo sobre la nueva puesta en marcha de los servicios postales en Liberia, país que vuelve a nacer de sus cenizas después de catorce años de guerra. Con el apoyo de las altas autoridades liberianas, la población del pequeño país de África del Oeste, vuelve a descubrir un medio de comunicación en el cual se apoyan las mayores esperanzas que lo consideran motor económico.

El redactor jefe

Este es el número de personas en el mundo que se sustraen a la pobreza extrema (menos de 1 UDS al día) cada vez que aumenta en un 10% la proporción entre el importe total de las transferencias de fondos y el producto interior bruto de los paí-

ses en desarrollo (PED). Esto se infiere de un análisis del Fondo Monetario Internacional efectuado a partir de datos provenientes de 76 PED. Este estudio confirma el impacto de los emigrantes en la reducción de la pobreza en su país de ori-

gen. Así pues, es primordial ofrecer soluciones confiables, abordables y fáciles de acceso para dichas transferencias. Esta es la razón por la cual la UPU prosigue sus esfuerzos con miras a desarrollar la red financiera postal a escala mundial. LW

El Congreso se prepara



El Director General Edouard Dayan visitó el centro internacional de conferencias Kenyatta (KICC) con ocasión de su visita a Nairobi en el pasado mes de julio. El Presidente designado del Congreso, Cyrus Maina (a la izquierda) y Titus Etori, responsable del proyecto en el KICC, le mostraron los preparativos ya lanzados para el XXIV Congreso de la UPU.

Edouard Dayan, Director General de la Oficina Internacional de la Unión Postal Universal (UPU), y Mutahi Kagwe, ministro keniano de la información y de la comunicación, firmaron el 17 del pasado mes de julio un acuerdo que pone fin a los trabajos de preparación del XXIV Congreso Postal Universal que organizarán en Nairobi del 13 de agosto al 3 de septiembre de 2008 el gobierno y el correo de Kenia. El acuerdo define detalladamente las necesidades del Congreso.

“Trabajamos intensamente para atender las exigencias del Congreso, indicó Mutahi Kagwe. Al acogerlo en

Kenia, nuestro país y todo el continente tendrán la oportunidad de reflexionar mejor sobre el estado del sector postal y sobre su papel de motor para el desarrollo nacional.”

En cuanto a Edouard Dayan, observó que los preparativos seguían un buen ritmo para la celebración de este primer Congreso en África subsahariana, y agregó: “Agradezco al gobierno y al correo de Kenia su compromiso y espero de este Congreso resultados concretos para el desarrollo del sector postal en el mundo.” LW

La red postal bajo un nuevo día

La inmensidad y la interconectividad de la red postal mundial constituyen dos elementos visuales que caracterizan el nuevo cartel del Día Mundial del Correo. Concebido por Vinzenz Meyner, estudiante en artes gráficas de la Escuela Superior de Artes de Berna, el cartel, impreso en 300.000 ejemplares, será expuesto en miles de oficinas de correos en el mundo entero durante los tres próximos años. Evoca los escritos de Antoine de Saint-Exupéry – e inmediatamente se piensa en Vuelo de noche –, el nuevo cartel de aspecto muy moderno ilustra una constelación de estrellas en un cielo azul oscuro, unidas por un

hilo conductor que recuerda el mismo lazo que une los miles de oficinas de correos del planeta y facilita sus intercambios. “A mi modo de ver, era importante que el cartel contuviera un mensaje universal, comprensible para cada uno de nosotros, cualesquiera que sean su origen y su cultura. El cielo, o más bien el universo, está omnipresente y enlaza a los hombres en el planeta, dondequiera que se encuentren. El universo es en cierto modo nuestro tejado común”, destaca Vinzenz Meyner. Para el público en general, el cartel llama a utilizar el correo para “permanecer conectados”. **JM**



Una joven de Malasia se lleva la palma

Sze Ee Lee, de Malasia, ganó el 36º concurso internacional juvenil de composiciones epistolares de la UPU cuyo tema era: “imagínate que eres un animal salvaje cuyo hábitat está amenazado por la evolución del clima o del medio ambiente. Escribe una carta a los habitantes del planeta para explicarles lo que pueden hacer para ayudarte a sobrevivir.” La joven galardonada, de 14 años de edad, escribe una carta cuyo pretendido autor es un joven tigre que nos cuenta su vida en la jungla, que la locura devastadora del hombre viene a perturbar. Bien escrita, emotiva pero sobre todo positiva, esta composición obtuvo la unanimidad del jurado por su sensibilidad y su imaginación. La autora consigue con

éxito expresar la urgencia de la situación y lanza un mensaje: unamos nuestras fuerzas para salvar nuestro planeta. Sze Ee Lee y los demás galardonados recibirán su premio el 9 de octubre con ocasión de las celebraciones del Día Mundial del Correo.

Para la 37a edición del concurso, la UPU pide a los jóvenes que escriban una carta a alguien para explicarle por qué el mundo necesita tolerancia. Este tema es particularmente de actualidad en momentos en que la mundialización, las migraciones y otros fenómenos reúnen cada vez más personas de culturas diferentes. La coexistencia armónica de todos los pueblos del planeta constituye un objetivo noble al cual

cada uno puede aspirar. Los países miembros que participen disponen hasta el 30 de abril de 2008 para seleccionar la mejor composición escrita de su país y enviarla a la Oficina Internacional de la UPU. **LW**

www.upu.int/letter_writing/fr/index.shtml

El lado humanitario del correo

La Oficina Internacional de la UPU tiene un nuevo sello de servicio. Creado a petición de la UPU por La Poste suiza, basándose en una emisión común realizada con la Administración Postal de las Naciones Unidas sobre el tema del correo humanitario, el sello fue oficialmente lanzado el 6 de septiembre de 2007 con ocasión de una ceremonia celebrada en la Oficina Internacional en Berna. El tema del sello pone de manifiesto el compromiso humanitario de las Naciones Unidas y de la UPU en favor de las víctimas de catástrofes naturales o de conflictos mediante el encaminamiento

de productos alimenticios, de material y de correo. El correo humanitario designa toda clase de envío que permite a las poblaciones vulnerables o a las víctimas de catástrofes naturales, de persecuciones o de conflictos armados reanudar lo antes posible una vida normal. Permite, dado el caso, volver a encontrar a parientes desaparecidos y sirve de punto de enlace de comunicación cuando las vías habituales de enlace están dañadas o destruidas. Además, bloques de hojas de colores y de valores diferentes serán puestos en venta en las Naciones Unidas en Nueva

York, en Viena y en Ginebra. Cabe recordar que este 21° sello de servicio de la UPU sólo puede ser utilizado en los envíos expedidos desde la Oficina Internacional. **JN**



La red IFS se extiende en Asia

La extensión de la red de transmisión de dinero electrónica de la UPU progresa a pasos agigantados. De ello dan testimonio los trabajos realizados por los 10 operadores de la Asociación de las naciones del sudeste asiático¹ con ocasión de un taller organizado por la Unión Postal de Asia y del Pacífico a fines del pasado mes de junio. Con el apoyo de los expertos del Centro de Tecnología Postal de la UPU y del Grupo La Poste, los participantes plantaron los hitos de un proyecto regional tendiente a crear un servicio común de pagos electrónicos postales a través de la red IFS. Inspirándose en la experiencia del Grupo de Bamako (véase Union Postale 1/2007), los 10 participantes se pusieron de acuerdo sobre la necesidad de definir un servicio común. También se comprometieron a adherirse a la red IFS. Más de 500 oficinas de correos repartidas por 10 territorios son capaces de hacer frente a los desafíos técnicos, organizativos y financieros de un arranque simultáneo con una calidad de servicio homogénea. Constituirán la piedra angular del proyecto regional, cuyos trabajos prosiguen con miras a su desarrollo. **ED**

¹ Brunei Darussalam, Camboya, Indonesia, Laos, Malasia, Myanmar, Filipinas, Singapur, Tailandia y Vietnam.

Africa apoya la futura Estrategia postal

“Este plan nos infunde esperanza para el futuro del sector postal”, declaró Norman Munzhelele, del ministerio sudafricano de la comunicación, a raíz de la segunda mesa redonda regional de la UPU sobre la futura Estrategia postal celebrada los días 18 y 19 de julio en Nairobi (Kenia).

“La hoja de ruta será muy utilizada por los países en desarrollo y sus economías, y les permitirá participar activamente en la economía global”, añadió el representante sudafricano.

Los más de 30 países africanos representados en la mesa redonda, organizada en colaboración con la Unión Panafricana de Correos, dieron luz verde a la estructura propuesta de la Estrategia postal del 2009 – 2012.

Los países destacaron la importancia del acceso al servicio universal y la noción de territorio postal único. También pusieron de relieve la importancia de ofrecer oportunidades iguales a todos los países sin discriminación.

“Las conclusiones de esta mesa redonda nos permitirán proseguir la construcción de la futura Estrategia postal de Nairobi, poniendo de relieve la importancia del fundamento que constituye el servicio universal en un territorio postal único que garantice la ausencia de toda forma de exclusión”, reconoció Pascal Clivaz, Director de la Planificación estratégica en la UPU.

Otras cinco mesas redondas están previstas: Montevideo (Uruguay), Viena (Austria) y Sainte-Luce (Martinica) los días 3, 11 y 27 de septiembre respectivamente, Jeddah (Arabia Saudita) el 13 de noviembre y Nueva Delhi (India) el 30 de noviembre. Guangzhou (China) acogerá una última mesa redonda mundial los días 4 y 5 de diciembre. **JN**



China y Rusia: importantes perspectivas para las transferencias de dinero electrónicas

Rusia y China efectúan transferencias de dinero a través de la red IFS/STEFI desde el pasado mes de julio. Esta actividad constituye una etapa importante de la extensión de la red electrónica mundial de pagos, y ello en varios aspectos. Como así lo destaca Feng Yue, director general adjunto en el departamento de la cooperación internacional del correo chino, "es la primera vez que el correo chino ofrece la posibilidad de efectuar pagos electrónicos postales a través de la red IFS/STEFI. Esta apertura facilitará y contribuirá a aumentar las transferencias entre ambos países." Habida cuenta de su peso demográfico, China podría desempeñar un papel clave en la extensión de la red mundial electrónica de pagos de la UPU. Por otra parte, Rusia es actualmente el mayor utilizador de la red IFS, pues efectúa unos dos millones de transacciones

financieras al año. "Los emigrantes de los dos países podrán así beneficiarse de un servicio moderno de alta calidad al que no tenían acceso anteriormente. Este último contribuirá al crecimiento de las actividades de las pequeñas y medianas empresas", declaró Lev Razovzki, director de los asuntos internacionales del Correo de Rusia. **ED**

Sobre el terreno

Recientemente, el correo iraní organizó en Teherán dos reuniones de formación para el personal del correo iraquí, dando así cumplimiento a un protocolo de acuerdo concertado entre los dos operadores. Veinticinco empleados de correos iraquíes siguieron cursos de tipo general que incluían la historia, los objetivos y la estrategia de la UPU, así como los conocimientos prácticos y teóricos de las operaciones postales básicas. Otra parte de la formación abarcaba cursos sobre mercadotecnia, relaciones con la clientela y nuevos servicios postales. Los participantes pudieron visitar también diversos centros de clasificación y oficinas de cambio del correo iraní. **LW**

La calidad bajo control

"Gracias a la nueva versión del sistema de control de la calidad (QCS Mail versión 2), los jefes de producción de los operadores postales pueden medir y comparar la calidad de la eficacia individual de las oficinas de correos que supervisan considerando sus resultados por separado", destaca Lati Matata, Jefe de proyecto informático en el Centro de Tecnología Postal (CTP) de la UPU. De manera más general, el nuevo sistema de control de la calidad permite a los operadores medir mejor su eficacia operativa y la calidad de su cooperación. Puesto a punto y gestionado por el CTP, disponible gratuitamente para todos los miembros de la Cooperativa Telemática, el nuevo

sistema es útil para todos los niveles de gestión. Suministra informaciones en tiempo real sobre todos los mensajes EDI conformes con las normas establecidas por la UPU, especialmente las relativas a los despachos intercambiados entre operadores postales y entre operadores postales y compañías aéreas. Accesible mediante una sencilla pulsación de ratón, este nuevo instrumento está dotado de indicadores de eficacia relacionados con la recogida, el transporte y la distribución que integra una separación de los diferentes productos postales (cartas, encomiendas, EMS y acuerdos regionales específicos). La aplicación QCS suministra datos relativos a los volúmenes, a los

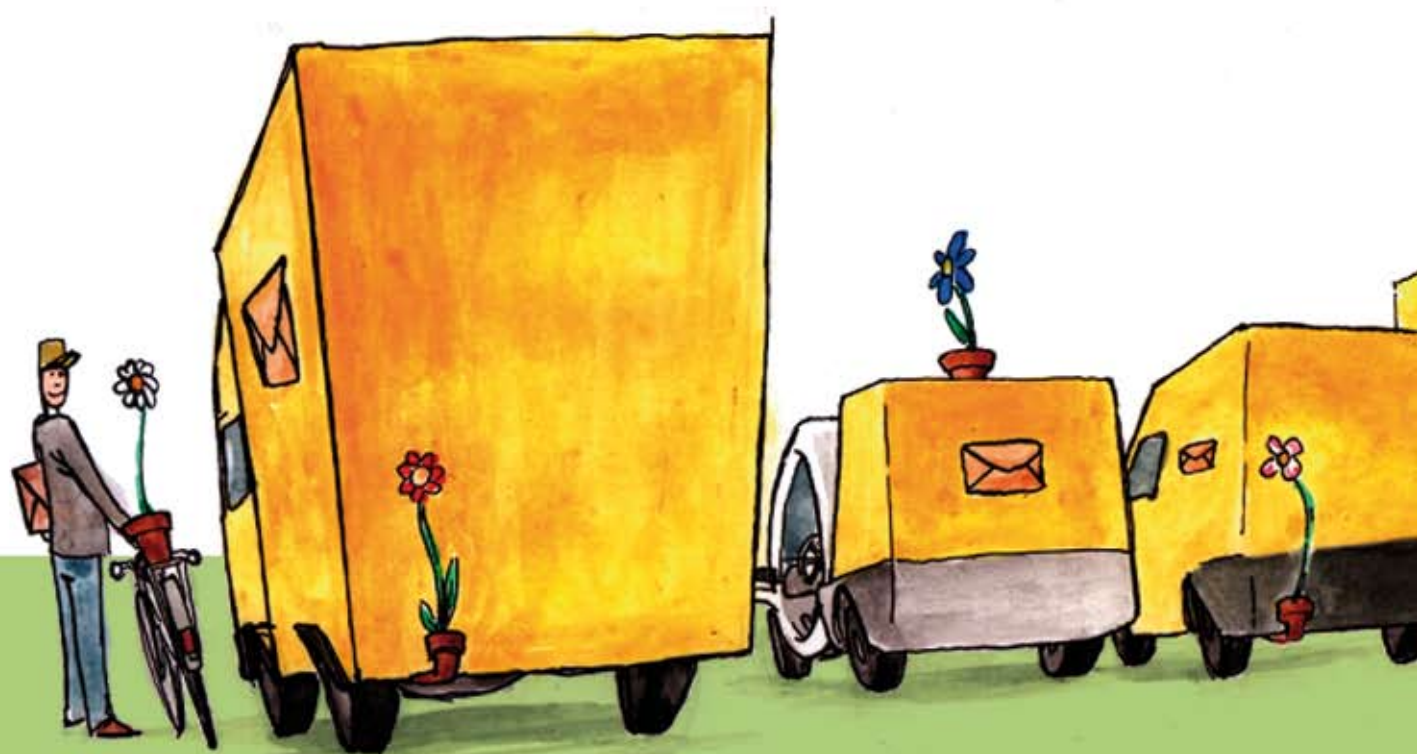
indicadores de eficacia (porcentaje de respuestas/preavisos, etc.) y a los plazos de transporte. El nuevo sistema integra, por último, formalidades que garantizan una amplia autonomía de utilización, pues el jefe de producción puede decidir libremente adherirse a los informes que le interesan. **ED**



La red postal

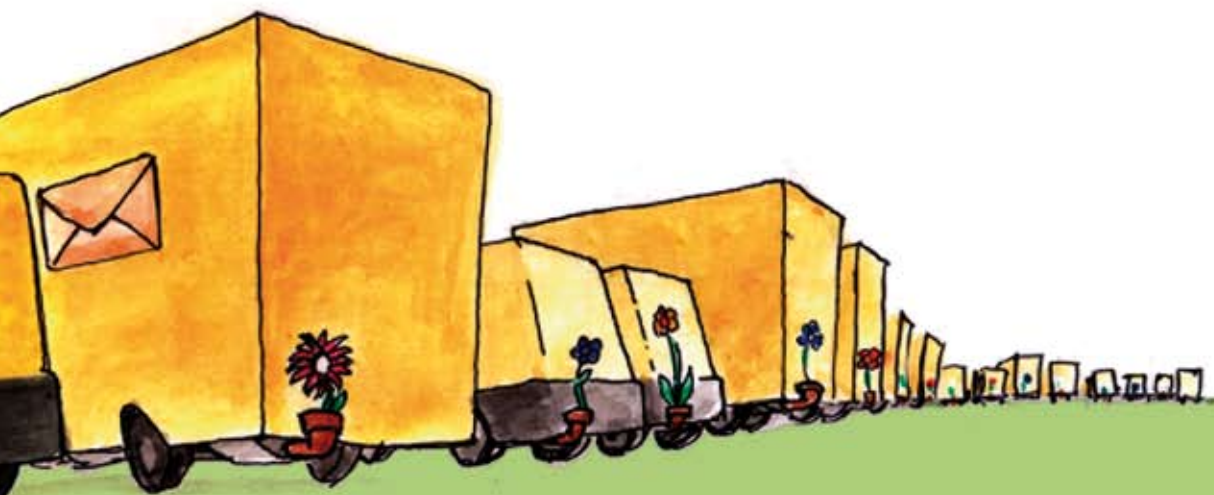
*Para transferencias
internacionales de dinero
a un precio abordable*





Circulación ecológica

El planeta se está calentando excesivamente, las catástrofes naturales se siguen unas a otras, el petróleo encarece. Para reducir las emisiones de gas con efecto de invernadero, el sector postal intenta sanear su parque móvil con objeto de circular ecológicamente.



.....
Por
Jérôme
Deutschmann

.....
Ilustración:
Michael Kühni

Numerosos estudios demuestran que los objetivos del protocolo de Kyoto¹, del Programa de las Naciones Unidas para el Entorno (PNUE) y de la Comisión Europea tendente a reducir las emisiones de gas con efecto de invernadero son realizables gracias a medidas sencillas y poco onerosas de economía de energía.

El sector postal, por la misma naturaleza de sus actividades, el transporte del correo, contribuye él también a las emisiones polucionantes. Según un estudio de la Agencia Internacional de la Energía (AIE), el sector del transporte representaba en el año 2000 el 26% de las emisiones totales de CO₂. En el horizonte del 2030, si las emisiones de CO₂ siguen estables en los países industrializados, deberían multiplicarse por tres en los países en desarrollo. Pronóstico éste más bien alarmista.

Más de 430.000 millones de cartas, encomiendas, periódicos y envíos de publicidad directa distribuidos cada año en nuestro planeta hacen del servicio postal el mayor utilizador de vehículos civiles motorizados. En efecto, se trata de no menos de 250.000 motocicletas, 600.000 vehículos y centenares de aviones postales que recorren

millones de kilómetros, produciendo emisiones de gas con efecto de invernadero, lo cual representa el 70% del impacto de las actividades postales en el medio ambiente.

El sector postal está iniciando actualmente su revolución verde. Como sector esencial de la economía mundial, no puede ignorar esta toma de conciencia general. Los correos asocian pues, a todo nuevo proyecto de crecimiento económico un estudio sobre su impacto energético y por consiguiente ecológico. "Participar en la lucha contra el excesivo calentamiento climático es benéfico para los correos que se alimentan exclusivamente de la actividad económica de los territorios. En un territorio que está decayendo, el correo decae también", declaró Patrick Widlocher, presidente del grupo de proyecto "desarrollo duradero", con ocasión del coloquio sobre este mismo tema organizado por la UPU en el pasado mes de abril.

Menos CO₂

Partiendo del principio de que el transporte es el que más CO₂ genera, algunos correos han optado ya por vehículos que utilizan carburantes limpios. Si los operadores de los países industrializados hacen de la reducción de las emi-

¹
Los países signatarios aceptaron reducir en un 5,5% sus emisiones con efecto de invernadero a lo largo del período 2008-2012 con respecto al nivel alcanzado en 1990.



siones de CO₂ su nuevo credo, los de los países en desarrollo ven también en ello un objetivo económico. Nacionalizan algunos recorridos y someten a prueba o adquieren poco a poco vehículos respetuosos del medio ambiente.

La Poste francesa es sin duda alguna la más ambiciosa en esta materia. "El objetivo consiste en conseguir que nuestro parque de vehículos eléctricos ascienda a 10.000 unidades de aquí a cinco años en un total de 60.000. Los 500 vehículos eléctricos que serán puestos en circulación en 2008, con una autonomía de 130 kilómetros cada uno, incluyendo paradas y arranques, deberían hacer del grupo francés "el primer parque móvil postal de vehículos eléctricos de nueva generación en Europa", declaró Julia Haake, directora del desarrollo duradero en la dirección del correo en La Poste".

Y al operador toca ir más lejos en la innovación. En 2005, su filial Chronopost International creó un nuevo espacio de entrega urbana (ELU). Se trata de combinar varios modos de transporte y de entrega, todos ellos respetuosos del medio ambiente, con objeto de reducir los efectos nocivos sonoros y los gases polucionantes en los centros de las ciudades. Vehículos eléctricos, otros alimentados con gas natural y los Chrono City, vehículos eléctricos manipulados por repartidores a pie, circulan por las callejuelas más estrechas de los centros de ciudades a veces inaccesibles para las furgonetas. Otra innovación: desde el comienzo del año, carteros franceses someten a prueba "quads" eléctricos. Estos vehículos ergonómicos son apreciados por los empleados de correo por su manejabilidad; son ecológicos y permiten ahorrar hasta 3 toneladas de CO₂.



Australia Post está actualmente sometiendo a prueba en ciudad dos camiones Hino híbridos. Andrew Trott, encargado del medio ambiente en el correo australiano, precisa que "este nuevo motor diesel de cuatro cilindros ahorra un 20% de carburante en comparación con los demás camiones de la misma categoría y reduce en un 25% las emisiones de CO₂, y en un 50% las de óxidos de nitrógeno emitidos con los gases de escape gracias, a un sistema automático de arranque/parada del motor".

El correo noruego, que distribuye el

70% del correo nacional por ferrocarril, registra mejoras en el transporte de sus camiones (tiempos de inmovilización del vehículo, consumo de carburante a velocidad normal y máxima) mediante un instrumento denominado LoggerTool. Los choferes formados en la conducción económica y ayudados por este elemento reducen las emisiones en un 5% por kilómetro.

Estrategia global

Algunos operadores circulan ecológicamente e integran la reducción de las emisiones en el marco de un plan global que abarca otras innovaciones en materia de economía de energía. Así pues, la filial express del operador alemán Deutsche Post World Net, DHL, propone GoGreen, un plan ecológico de alcance mundial. Las empresas suscriben un programa de compensación de las emisiones de CO₂ y cotizan en una proporción de un 2% del transporte. En cambio, DHL, se compromete a calcular con precisión las emisiones para cada envío y a compensarlas a través de diversos proyectos (energías renovables, vehículos híbridos, reforestación de la Amazonia). DHL operaba en 2006 con un parque de 24 vehículos en Suiza y en Suecia que funcionaban con biogás, es decir un carburante natural producido a base de residuos domésticos. El constructor anuncia una reducción de 12 toneladas de CO₂ al año. Un vehículo híbrido y otro que funciona con hidrógeno y emite vapores de agua están siendo sometidos a prueba en Japón. Furgones alimentados con gas natural comprimido distribuyen los envíos por expreso en Bangladesh y en Brasil.

El operador neerlandés TNT ha lanzado Driving Clean, una estrategia mundial que agrupa cuatro iniciativas complementarias: depolucionar el parque móvil, pasar a la circulación ecológica, seguir siendo ecológico, promover el medio ambiente. Mientras la primera consiste en colocar filtros de partículas en 136 vehículos de su parque móvil, la segunda tiende a la adquisición de vehículos limpios.

Además de los 59 camiones que funcionan con biocarburante en Amsterdam, TNT Express somete a prueba en Londres un nuevo vehículo eléctrico de 7,5 toneladas. Destinado a la recogida y a la distribución de encomiendas y mensajes por expreso, es el primer furgón postal "emisión cero" en el mundo. El Newton (éste es su nombre) puede alcanzar una velocidad de 80 km/h.

El correo iraní, en el marco de un programa nacional de sensibilización denominado "productividad verde", está adaptando los vehículos postales a la cantidad de correo

a entregar así como la hora de salida y el recorrido de los vehículos en función de la densidad del tráfico. El objetivo es el siguiente: minimizar el impacto en la polución del aire, especialmente en las grandes ciudades. El operador contempla la posibilidad de adquirir vehículos que funcionen con gas natural comprimido y vehículos híbridos alimentados con gasolina sin plomo. La formación de los choferes para una conducción ecorresponsable forma también parte del programa.

En China, el correo ha hecho suyo el llamamiento del Comité de organización de los Juegos Olímpicos de Pekín 2008 y quiere reflejar el espíritu de los "JO verdes" en sus servicios postales. Se compromete a respetar las normas de polución Euro IV para todos los vehículos postales al servicio de los Juegos Olímpicos, es decir una importante reducción de las tasas de óxido de nitrógeno, antes de la entrada en vigor oficial prevista en julio de 2010.

Apoyo institucional

De estos ejemplos se desprenden dos aspectos: los operadores, para conservar su imagen de empresa ciudadana entre la población, deben encontrar soluciones alternativas viables para reducir las emisiones de CO₂. En segundo lugar, estas soluciones integran las más de las veces un programa, una carta o un plan de mayor envergadura reconocido y apoyado por las instituciones y las autoridades nacionales y supranacionales.

El gobierno indio, sensibilizado por el excesivo calentamiento climático, ha lanzado algunas medidas para promover el biodiesel y especialmente los cultivos energéticos tales como el jatropha (piñón de la India) y el pongamia. TNT India ocupa actualmente un puesto de vanguardia. "En función del análisis de la fase de prueba y del costo de los cultivos, utilizaremos este biocarburante para otros vehículos del parque móvil", declaró Abhik Mitra, director general de TNT India. El operador express está sometiendo a prueba estas energías renovables en cuatro furgones de reparto.

En Francia la Agencia del medio ambiente y de la gestión de la energía (ADEME) apoya la política ecológica del operador. Aportará una ayuda de 3.200 EUR por vehículo limpio. En efecto, desde el punto de vista económico un kilómetro cuesta 6 veces menos caro que un kilómetro diesel, las averías son menos frecuentes y el coste del mantenimiento dos veces menor. La adquisición de estos 500 vehículos permitirá una disminución de 2.000 toneladas de CO₂ en 2008.

Grupo de proyecto y Naciones Unidas

La UPU no se queda atrás. A través de su Grupo de proyecto "desarrollo duradero" y en su relación con su red de corresponsales nacionales en los correos, la organización difunde las prácticas ejemplares de los operadores con ocasión de talleres regionales. Se prevé la creación de un instrumento diagnóstico mediante el cual cada operador podría medir el volumen de las emisiones polucionantes de su parque móvil y poner en práctica acciones para disminuir dichas emisiones. Un grupo de trabajo "vehículos con carburante alternativo" se creará en Shanghai en noviembre de 2007 con la misión de proponer a los países soluciones alternativas a las energías fósiles.

Institucionalmente la UPU contribuye al mejoramiento de la salud y el entorno de los ciudadanos, que es uno de los objetivos del milenio para el desarrollo. La organización integrará de nuevo la dinámica ambiental en la Estrategia Postal de Nairobi 2009-2012. Acciones de formación para la conducción económica, la reorganización de los circuitos de transporte y el pilotaje de estudios sobre los carburantes alternativos serán organizados conjuntamente con el PNUE y otras organizaciones.

Por último, las Naciones Unidas han instaurado un portal (www.un.org/climatechange) que registra todas las actividades de las agencias, fondos, programas y convenciones de las Naciones Unidas que tienen por objetivo luchar contra las emisiones polucionantes que son el origen del calentamiento climático excesivo. La UPU y sus actividades también figuran detalladas en el mismo.



Conjunto para el medio ambiente

Además de los esfuerzos desarrollados para sanear sus parques móviles, numerosos operadores postales siguen otras vías ecológicas. He aquí algunos ejemplos.

- DHL, la filial express de Deutsche Post, acaba de lanzar la “encomienda verde” disponible en 12.500 oficinas de correos en Alemania. Este es el primer servicio de expedición de encomiendas neutral en lo tocante a emisiones de CO₂. Este nuevo paquete más caro compensa las emisiones de carbono originadas por el transporte de las encomiendas, gracias a inversiones en proyectos de sistemas de propulsión ecológica, de energía solar en Asia del Sudeste y de reforestación en América Latina.
- En Burkina Faso, el operador SONAPOST se ha lanzado en un vasto programa sistemático de plantación de árboles en los planes de construcción de nuevos locales “para proteger el medio ambiente y ofrecer un marco de vida agradable a los empleados”, declaró Christophe Nayire, director del patrimonio y de la logística.
- El Correo Tunecino ha impartido una formación sobre la economía de energía a 220 empleados en el marco de un plan de acción global. De esta formación y de la instalación de 540 dispositivos para minutar el tiempo de alumbrado y climatización, resulta una reducción del consumo de electricidad de un 10%, y de un 8,8% en lo que se refiere al carburante.
- United States Postal Service ha construido una oficina de correos mediante pacas de paja en el Estado de Nuevo México; se trata de la primera en su especie, con un débil impacto en el medio ambiente. La paja, material aislante asociada con otras técnicas energéticas, minimiza el consumo de calefacción y de climatización, y viene a ser una innovación en materia de construcción postal.
- Resultante de la iniciativa Driving Clean del operador neerlandés TNT y desarrollado en cooperación con el Programa de las Naciones Unidas para el Entorno (PNUE), Toolkit, instrumento interactivo y progresivo, es ya accesible en el sitio Web del PNUE. Abarca 18 opciones de medición y de evaluación de las realizaciones ambientales y propone soluciones prácticas a los operadores postales y a las agencias humanitarias que desean sanear su parque móvil.

El desarrollo duradero en pocas palabras

“Comprometerse en el desarrollo duradero para el mayor beneficio del planeta, de los territorios, de los clientes, del personal y de la gobernación de las administraciones postales.” He aquí como la UPU define este concepto.

Actualmente, los correos deben considerar su compromiso en el desarrollo duradero como una verdadera palanca para reforzar su eficacia económica, satisfacer a su clientela, mejorar las condiciones de vida y de trabajo de su personal.

Respeto para el medio ambiente, respeto para los clientes, respeto para los territorios, respeto para las buenas normas de gobernación y respeto para el personal, el desarrollo duradero es la manera de reinventar los modos de funcionamiento de los servicios de correos: no tomar decisiones en su seno sin evaluar sus consecuencias eventuales en el medio ambiente, la sociedad y el personal, y sin rectificar, si fuere necesario, estas decisiones de manera que no tengan o casi no tengan impactos negativos.

Veinte acciones prioritarias están definidas en lo tocante al medio ambiente, la economía y la sociedad y constituyen la plataforma del desarrollo duradero para el sector postal.

› Más información en:

www.upu.int/sustainable_development/fr/

¿Eso hace el correo?

¡Desbordante imaginación de los correos! Ya atiendan a clientes que viven entre matorrales o en una megalópolis tentacular, encuentran soluciones para satisfacer a todos.

.....
Por
Carole
Morgenthaler y
Emmanuel
Deonna

En plena revolución digital, cuando están en marcha la globalización de los intercambios y la desregulación de algunos mercados postales, diversificar las prestaciones postales para suscitar nuevas fuentes de ingresos representan una necesidad. Algunos operadores temen una disminución de los ingresos de los correos en lo tocante a los envíos de correspondencia. Sin embargo, son numerosos los correos que pueden apostar por el crecimiento de sus ingresos originados por la logística y los servicios electrónicos y financieros. Una multitud de prestaciones, aún poco conocidas por el público o totalmente nuevas, están emergiendo. Para la optimización de las soluciones logísticas y de los procesos de comunicación y de información, los correos demuestran cada día que son expertos en materia de innovación. En lo tocante a alimentación, sanidad, servicios públicos... pueden mejorar el servicio a la clientela en numerosos sectores. Echemos una ojeada a este tema.

.....
Con su servicio
Rural Post, el
correo neocelandés distribuye
mercaderías de
todo tipo a las
comunidades
remotas.





Presente por doquier

La omnipresencia del servicio postal hace olvidar su utilidad y su pertinencia. En regiones de difícil acceso, el cartero conecta a los habitantes con el resto del mundo y a él incumben otras tareas además de las que tradicionalmente le corresponden. Rural Post, un servicio específico del correo neocelandés, atiende a comunidades rurales remotas. Los choferes, no sometidos a un contrato de exclusividad, efectúan además otros tipos de entregas. Surcan las carreteras y los ríos en vehículo o automóvil, furgoneta, camión o barco, y entregan mercaderías de todo tipo: máquinas agrícolas, productos alimenticios, productos farmacéuticos y veterinarios. El lema de los empleados de Rural Post, "Delivering the World to the Country", dimana de la buena índole de su misión. Los "posties" recorren más de 28 millones de kilómetros cada año para asegurar la subsistencia de 191.000 clientes de Rural Post.

Las manos en la masa

Con objeto de atender a una creciente demanda, una famosa panadería de Brisbane confió al correo australiano la peligrosa tarea de repartir pasteles en el domicilio de sus clientes. Tras haber puesto a punto el embalaje, la operación ha atraído a numerosos adeptos. La mayoría de las deliciosas encomiendas son entregadas por Express Post en el territorio australiano, mientras que algunas son incluso transportadas por vía aérea para los clientes internacionales.

Logística completa

En Alemania, diversas empresas recurren a Deutsche Post, a fin de realizar ahorros y optimar los procesos de información para sus clientes. Así pues, el correo alemán se ha ocupado de la gestión del almacenamiento, del embalaje, de la distribución y de la impresión de folletos para una caja de enfermedad. También ha creado un instrumento dentro de la red con objeto de que los empleados de dicha caja de enfermedad puedan enviar material publicitario con sólo pulsar una tecla.

Soluciones sanitarias

En Suiza, el correo se está especializando en las compras y la logística de abastecimiento para los hospitales. Hospital Solutions, unidad dependiente de PostLogistics, propone soluciones modulares o parciales para el abasteci-

miento en productos médicos. Gracias a un catálogo electrónico que registra más de dos millones de artículos, los hospitales pueden buscar productos médicos según diferentes criterios, retomar datos en su propio sistema de gestión de los artículos o establecer listas neutrales para subastas. Hospital Solutions, instrumento de comunicación entre establecimientos hospitalarios, sirve de base para compras colectivas y ofrece una visión de conjunto de los artículos, de las cantidades y de los precios aplicados. Una plataforma de pedido por Internet permite a los hospitales que así lo desean, administrar unas existencias comunes. Las empresas de pequeña envergadura pueden completar sus sistemas existentes mediante un almacén en línea dotado de un logicial integrado de gestión.

Conectados

Los carteros brasileños efectúan la lectura de los contadores de electricidad de sus clientes desde los años 80. En tres Estados brasileños, este servicio incluye, desde 1998, la impresión y la distribución de las facturas a pagar. Los índices de consumo de agua o de electricidad son captados in situ por el cartero en terminales portátiles provistos de una impresora. Además, desarrollando su pericia en materia de procesos de logística integrados, el correo brasileño se especializa en el almacenamiento, la entrega de los aparatos y la distribución de las facturas a los clientes de los operadores de telefonía. Formalidades de desbloqueo del aparato y de apertura de una cuenta de cliente pueden ser asumidas directamente por el cartero en el domicilio del cliente.

Siempre más cerca

Pionero en el desarrollo de la sociedad de la información, el Correo Tunecino, se esfuerza con todos los medios por asegurar la proximidad con su clientela. Su plataforma SMS y MMS da, por ejemplo, informaciones sobre los envíos de correo por expreso, efectúa la notificación de la recepción de los giros de pago y comunica informaciones sobre los movimientos de las cuentas de ahorro y de las cuentas corrientes postales. Gracias a sus puestos electrónicos, los clientes pueden pedir y enviar tarjetas de felicitación personalizadas o flores. Por último, el Correo Tunecino asegura, con la ayuda del ministerio de enseñanza superior, la inscripción universitaria a distancia a través de Internet. Unos 360.000 estudiantes han

Buenas referencias

En Francia el sector de los servicios personales representa un gasto de más de 11.000 millones de EUR, es decir, más que el sector de la industria textil, de las prendas de vestir y del cuero juntas. Casi 2 millones de personas trabajan en este ramo en 2007. Desde la guardería de niños hasta los trabajos del hogar, pasando por la compañía prestada a personas de edad o dependientes, las 21 actividades de este sector en pleno crecimiento representan

confianza que mantiene con sus clientes es un instrumento decisivo para el desarrollo de la demanda de servicios así como la estructuración y la profesionalización de la oferta en el sector de los servicios personales”, explica Bruno Arbouet, director general de la Agencia nacional de servicios personales.

Exigencia de calidad

Conocidos bajo el nombre “Genius”, los servicios de intermediación de La Poste son numerosos y completos. El servicio ilimitado Genius está disponible en todas las oficinas de correos del hexágono, vía Internet o por teléfono, por la cantidad de 30 EUR. Permite a todo cliente de Genius ponerse en contacto durante las veinticuatro horas del día con el centro de llamadas encargado de calificar la necesidad y después de que se encargue de él en el lapso de cuarenta y ocho horas un servicio autorizado por el estado y registrado por La Poste, en cualquier punto de Francia metropolitana.

Una de las claves del éxito de Genius se basa en la confianza que los utilizadores tienen en la calidad de la referencia efectuada por el operador postal. Como así lo explica Pascal Portier, encargado en La Poste del mercado de los servicios personales, “los que prestan servicios deben adherirse a nuestra carta de la calidad. La decisión de referencia se efectúa tomando en cuenta de 150 a 200 criterios calificativos y cuantitativos (tales como, por ejemplo, la tasa de encuadramiento, el porcentaje de la masa salarial consagrada a la formación y el proceso de contratación de los intervinientes).” Actualmente, hay registrados más de 5.500 prestadores de servicios. Otras mil demandas están siendo examinadas. El resultado de la actividad de Genius dimanante de la venta del servicio de intermediación y del comisionamiento, debería ser positivo a partir del tercer año. Otro importante motivo de satisfacción son los empleos indirectamente creados: “el ochenta por ciento de los clientes de Genius son personas que efectúan una demanda por primera vez. En lo tocante a empleos creados, ello debería representar 2.000 puestos de trabajo a tiempo completo de aquí a fines de 2007. Y 5.000 empleos deberían ser generados entre nuestros copartícipes prestadores de servicios en los cinco próximos años”, termina diciendo Pascal Portier.



recorrido a esta posibilidad entre 2006 y 2007. Más de 100.000 estudiantes pudieron recibir sus becas universitarias electrónicamente a través de la red postal en 2006.

Tiene correo en su apartado postal

En Côte d'Ivoire, se puede avisar a los clientes por SMS cuando reciben correo en su apartado postal. Actualmente, Alert'Courier permite a 600 clientes evitar la visitas inútiles a la oficina de correos. “El Correo de Côte d'Ivoire informa al usuario acerca de la llegada de correo en su apartado postal n°... Le agradeceremos lo retire lo antes posible.” Este es el mensaje que ya reciben los clientes a un ritmo bisemanal.

También se manifiestan innovaciones en el sector de los servicios con carácter social. Léase el artículo que figura en la página Internet de Union Postale > www.upu.int/union_postale/fr/index.shtml

un instrumento importante de cohesión social y de lucha contra el desempleo.

Al igual que los 15 servicios nacionales referidos por la Agencia nacional de los servicios personales, La Poste contribuye a la democratización y a la profesionalización de este sector. Desde el año 2006, el Banco Postal fue elegido para emitir el Cheque Empleo Servicio Universal (CESU) prefinanciado. Medida señera de la ley del 26 de julio de 2005, relativa al desarrollo de los servicios personales, el CESU permite a los particulares pagar todos los servicios personales efectuados en su domicilio por un asalariado o un organismo autorizado (asociación o empresa de servicios personales y establecimiento público). Adoptada en el transcurso del mismo año, la decisión de difundir el CESU prefinanciado entre los 300.000 empleados de correos reflejaba el compromiso de La Poste en este asunto. Generalizando su oferta de intermediación en esos servicios desde el año 2007, el Grupo La Poste se impone como actor clave en el sector de los servicios personales. “Con 17.000 puntos de contacto presentes en el territorio, La Poste dispone de una red sin igual. El vínculo de



.....
En la oficina fronteriza de Ganta, se
procesa el correo de superficie
terrestre intercambiado con Guinea.

Renacer de sus propias cenizas

.....
Catorce años de guerra civil han reducido virtualmente los servicios postales de Liberia a un punto muerto. Durante años, la población ha prescindido sencillamente de ellos, como de muchos otros servicios. Pero las cosas cambian. Desde el final del mes de agosto, particulares y empresas están de nuevo conectados con el resto del mundo.



.....
Ellen Johnson-Sirleaf, Presidenta de Liberia, y Jackson Doe, Ministro de correos y telecomunicaciones y Postmaster General, a su izquierda, figuraban entre los distinguidos invitados presentes en la inauguración de la oficina de correos regional de Buchanan el 25 del pasado mes de julio.

.....
**Por
 Rhéal LeBlanc**

En la ciudad portuaria de Buchanan, situada en la fachada atlántica, los servicios postales se reanudaron el 25 de julio cuando la Presidenta Ellen Johnson-Sirleaf inauguró la primera nueva oficina de correos regional del país. Esta oficina atiende a unos 90.000 habitantes de tres cantones. Constituye uno de los signos de esperanza económica que empiezan a manifestarse en diversos lugares en este pequeño – pero rico en recursos – país, donde la tasa de desempleo alcanza la increíble cifra del 85%. Liberia tiene 3,3 millones de habitantes. Es también la república africana más antigua (fundada en 1874 por esclavos afroamericanos emancipados).

Desde fines de agosto, otras 17 oficinas de correos han abierto sus puertas – algunas de ellas renovadas, otras enteramente reconstruidas. Desde hace un año, gracias a la voluntad política, al espíritu de empresa y a la ayuda internacional, Liberia reconstruye lentamente pero con seguridad su servicio postal. Las autoridades cuentan con esta infraestructura para apoyar al motor económico del país, cuando sociedades como el gigante mundial del acero Arcelor Mittal invierten mil millones de dólares en la extracción minera, como así se ha anunciado en Buchanan en víspera del 160º aniversario de la independencia del país, el 26 de julio.

.....
Günter Böhm, consultor de la UPU, y Bourges Houston, Director General interino del correo, discuten sobre la extensión de la red postal a otras regiones del país.
.....

.....
Gracias a la ayuda internacional, en la que figura la de la República de Corea, que ha hecho una donación a cargo de sus recursos FAQS, el correo liberiano ha podido comprar vehículos y otro material postal.
.....



La restauración de los servicios postales en las zonas rurales es una de las prioridades del Gobierno, que proyecta abrir 150 oficinas en 14 cantones, frente a 34 que había cuando estalló la guerra. “La renovación y la construcción de oficinas de correos en todo el país forman parte integrante de nuestro plan de descentralización, que alberga la ambición de llevar los servicios postales hasta la misma puerta de nuestros conciudadanos de las zonas rurales. Les corresponde este derecho, que no es un privilegio. Durante mucho tiempo han estado privados de este derecho debido a los largos años de guerra civil que originó condiciones de vida económicamente muy difíciles. Actualmente, la reanudación de los servicios postales se inscribe en la continuidad del programa interino de estrategia de reducción de la pobreza”, explica Jackson C. Doe, Ministro liberiano de correos y telecomunicaciones y Postmaster General.

En Monrovia, capital administrativa y principal centro de negocios del país, la planta baja de la oficina principal ha sido enteramente renovada y las operaciones de clasificación y de distribución de las cartas y de las encomiendas han empezado de lleno en el mes de agosto. Los flujos de correo han sido organizados y el equipo (producido localmente) ha sido instalado.

Las autoridades liberianas han intentado también asegurarse de que el correo internacional entre y salga del país sin dificultades. El Gobierno ha firmado un acuerdo con las autoridades portuarias para que las encomiendas almacenadas durante la guerra sean trasladadas al correo para su procesamiento y distribución. El correo aéreo llega y sale en los vuelos de Brussels Airlines, única compañía aérea internacional que conecta actualmente con Monrovia. Las oficinas de correos fronterizas de Bo-Waterside y de Ganta, renovadas, procesan ya el correo de superficie terrestre intercambiado con los países limítrofes de Sierra Leona y Guinea, mientras que una oficina portuaria, situada en Freeport, se encarga del correo de superficie marítimo.

“Los progresos realizados en el breve lapso de un solo año son verdaderamente impresionantes, no esperaba que las cosas fueran tan deprisa, pero gracias al espíritu de empresa de las autoridades nacionales y a los esfuerzos desarrollados para seguir el plan de reconstrucción básico de la UPU, los servicios postales vuelven a nacer de sus cenizas”, declaró Günter Böhm, consultor de la UPU encargado de evaluar las necesidades del correo de Liberia y de elaborar el plan básico. Con la ayuda de la Dirección de la Cooperación para el Desarrollo de la Oficina Internacional, se ha lanzado un proyecto integrado plurianual de 100.000 CHF tendente a conseguir que los servicios postales básicos vuelvan a ser operativos.

Un jefe de programa basado en Monrovia supervisa ya el conjunto de las actividades de reconstrucción y de

renovación. Habrá que esperar seis años para que el correo funcione a pleno rendimiento, lo cual corresponde a un coste global estimado en 6 millones de USD.

Varios países miembros de la UPU han respondido ya favorablemente a una demanda de asistencia de Liberia. El Correo Suizo ha hecho donación de seis oficinas de correos móviles, que llegaron a Monrovia el 17 de junio en enormes contenedores. Estas oficinas móviles han sido enviadas a las zonas del país donde se dejan sentir las necesidades más urgentes.

Otros países miembros de la UPU hacen donación de recursos financieros o ayudan a la formación. El correo alemán contribuirá con 10.000 EUR en la compra de equipos de clasificación, que actualmente faltan, en especial en las oficinas de correos que han vuelto a abrir recientemente sus puertas. En la medida de lo posible, los equipos son producidos localmente. Se conciertan contratos y servicios en estrecha cooperación con la oficina regional del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo en Monrovia.

Corea (Rep.) ha hecho donación de 40.000 CHF, sacados de sus recursos disponibles en el marco del Fondo para el Mejoramiento de la Calidad de Servicio, para financiar la compra de vehículos, de balanzas para pesar sacas, encomiendas y cartas, así como de material de franqueo. Nigeria ha asegurado ya la formación de algunos empleados. La UPU espera que otros países seguirán estos ejemplos en los próximos meses. Liberia recibe también la asistencia de otros órganos regionales o internacionales, como Inter-Governmental Philatelic Corporation, que imprimió el año pasado los primeros sellos liberianos de después de la guerra (emitidos el 22 de agosto de 2006) y hace donación de 12 vehículos.

Seguir hacia delante

La guerra no sólo ha costado 270.000 vidas humanas, sino también ha originado la desaparición de mucha pericia y experiencia profesional. La formación se ha convertido en una necesidad vital para la mano de obra postal, cuyos conocimientos referentes a los reglamentos postales, a los procedimientos contables y a las operaciones de procesamiento necesitan ser actualizados. Un buen conocimiento del reglamento postal interior e internacional permitirá también al correo liberiano si no colmar su déficit, por lo menos evitar pérdidas. Una oficina de correos de Monrovia ha sido transformada en centro de formación para los empleados. Estos serán formados por sus colegas tan pronto como vuelvan de un curso de formación intensivo de doce días impartido por el correo nigeriano.

Miller Karduan, asistente administrativo, es uno de los cinco empleados (tres hombres y dos mujeres) de la oficina principal de Monrovia que ha seguido la formación



en materia de gestión de los negocios postales impartida en Lagos. "Esta formación ha sido muy útil. Hemos aprendido mucho acerca de lo que había cambiado en la manera como funcionan los correos en el mundo. Tenemos que situar a la clientela en el centro de las actividades de servicio. Si lo conseguimos, el servicio postal puede convertirse en una empresa rentable."

Elizabeth Newton, miembro del equipo de verificación interna, estima que la formación ha sido enriquecedora y declara que le ha hecho ver con claridad las numerosas posibilidades del servicio postal. "Hemos podido ver cómo el correo nigeriano utilizaba la tecnología del seguimiento y de la localización y proyectamos beneficiarnos de ello, nosotros también, algún día, para gestionar mejor los flujos de correo." Elizabeth Newton volvió de su formación con una visión clara de la dirección que debía tomar el correo de su país: "Ya veo nuestro servicio transformado y adaptado a las normas internacionales. Hacer frente al desafío resulta emocionante. La guerra hundió al servicio postal a un nivel verdaderamente bajo, pero estamos dispuestos para seguir otros periodos de formación."

Günter Böhm declara que confía en que el pueblo liberiano esté preparado para volver la página de un horrible capítulo de su historia y para reconstruir la infraestructura del país. Presente con ocasión de las celebraciones de la fiesta de la independencia, el 26 de julio, el consultor de la UPU resultó extremadamente impresionado por el ánimo y la determinación de este pueblo para recuperarse después de todos estos años de disturbio. En el espacio de un solo año ha visto de lo que es capaz el país. "Hace un año, la mayoría de las instalaciones postales estaban en ruinas y únicamente tres oficinas en Monrovia prestaban servicios muy rudimentarios, según recuerda de su primera visita a Liberia. Las condiciones de trabajo eran indescribibles, faltaba todo o casi todo. Faltaban hasta los suministros más ordinarios y no había ningún equipo de ningún tipo. Pero actualmente, se ha realizado una verdadera transformación y las mejoras son perceptibles en todo el país."

.....
El Correo Suizo ha dado seis oficinas de correos móviles, que han sido enviadas a diferentes zonas del país.

IPS

International Postal System

Sistema completo para la gestión del correo internacional

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

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

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

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

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

Contacto

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



Tecnología RFID

El mercado de las microplaquetas

.....
Por
Laurent Widmer



En diez años, la identificación por radiofrecuencia (RFID) se ha convertido en la tecnología preferida para optimar el funcionamiento de la cadena logística.



.....
Correos de España: 2.400 antenas y 400 lectores en 20 centros de correo permiten seguir cerca de 200.000 entregas al año.

Sentada ante su ordenador, la Sra. Rodríguez, personaje ficticio, sigue el transporte de su encomienda. Delante de ella tiene el sitio de un operador postal de su país y un mapa de su barrio. Son las 9 h 30 y la furgoneta del cartero que transporta los medicamentos que ella ha encargado el día anterior se encuentra a dos cuadras de su casa. No conviene pues, ausentarse ahora. En realidad, la Sra. Rodríguez puede confiar en el sistema, pues ha indicado, al hacer su pedido, que no podría recibir su encomienda a domicilio hasta el día siguiente entre las 9 y las 10 horas. Esta indicación ha sido pues tomada en consideración para elaborar la gira del cartero. Además de las informaciones habituales de seguimiento y localización, la Sra. Rodríguez puede ver que la temperatura de los medicamentos, que son indispensables para ella, no ha sobrepasado en ningún momento la norma prescrita, que la encomienda no ha sido abierta y que no ha sufrido vibraciones excesivas. Llega un mensaje por su teléfono portátil: el cartero estará ahí dentro de cinco minutos...

¿Se trata de algo futuro? La tecnología requerida para este tipo de servicios está ya muy extendida, pero falta aún ponerla en práctica. La UPU se interesa por las posibilidades de la tecnología RFID, y le sobran razones. Esta estará logicamente en el centro mismo de su nuevo sistema global de medición de la calidad de servicio, que permitirá establecer el lazo entre la calidad de servicio de sus países miembros y la remuneración a la que tienen derecho en virtud del sistema de gastos terminales. Habida cuenta de la diversidad de las tecnologías RFID en el mercado actual, la UPU prosigue sus investigaciones para identificar la tecnología más accesible a sus países miembros y definir normas internacionales, a fin de que todos estén situados en pie de igualdad.

Desarrollada a mediados de los años 90, la tecnología RFID está ya muy presente en el mundo postal. Estas microplaquetas están verdaderamente a punto de revolucionar la logística y las actividades postales. En efecto, se estima que en el mundo, los operadores postales disponen ya de la más vasta red RFID, con 10.000 puertas en 1.000 sitios en 50 países.

Una rápida vuelta al mundo, no exhaustiva, conduce a China, donde se utilizan microplaquetas RFID para asegurar el seguimiento de las sacas de correo EMS así como el del correo nacional e internacional. En Alemania, microplaquetas colocadas en cajas evitan la impresión de millones de etiquetas, las informaciones aparecen automáticamente en

pantalla. En Arabia Saudita, los buzones domiciliarios estarán dentro de poco provistos de microplaquetas (véase el texto encuadrado). En Brasil, Correios utiliza la tecnología RFID para la gestión de sus contenedores, realizando así ahorros que ascienden a 1 millón de USD al año, e International Post Corporation, asociación de 24 operadores postales, utiliza esta técnica desde hace una decena de años para su sistema de medición de los relevos de distribución UNEX.

Para Keith Ulrich, responsable de las nuevas tecnologías y de la innovación en Deutsche Post World Net, toda la gama de servicios de los que se beneficia la Sra. Rodríguez "podría ofrecerse para el envío de mercaderías de valor importante que necesitan algunas precauciones, como los medicamentos, pero no para encomiendas ordinarias". Estos envíos de elevado valor se convierten en inteligentes gracias al uso de la tecnología RFID. Esta permite la recogida a distancia de datos sin contacto visual directo, gracias a sistemas de puertas. Así pues, provistas de microplaquetas de tamaño no mayor que el de un sello de correos, una encomienda o una carta puede comunicarse y almacenar informaciones (véase el texto encuadrado).

España en vanguardia

Ha sido Correos, el servicio postal de España, el que ha instaurado uno de los más vastos proyectos postales que utilizan la tecnología RFID. Este despliegue, estimado en 1,6 millones de EUR, permite al operador español mejorar el control de la calidad y el seguimiento de sus envíos. Unas 2.400 antenas y 400 lectores instalados en 20 centros de admisión y de procesamiento del correo, así como servidores informáticos permiten seguir unas 200.000 entregas cada año y suministrar informaciones muy valiosas en el camino recorrido por estas cartas. Para ello, 26.000 etiquetas RFID reutilizables son colocadas en cartas testigo, y las informaciones así obtenidas al pasar las cartas a proximidad de una antena son almacenadas y analizadas por el sistema de control de la calidad. Correos recoge así informaciones confiables que le permiten aportar las correcciones necesarias en puntos precisos del circuito logístico. La empresa ha adquirido también cuatro sistemas RFID móviles que permiten obtener informaciones en puntos de entrega estratégicos, y el año próximo el sistema RFID será instalado en otros 16 centros de clasificación. El correo español ha colocado también 13.000 etiquetas RFID en carretillas, para asegurar su seguimiento. Para Regina Defarges, de la dirección de innovaciones en Correos, "la tecnología RFID es una de las piedras angulares de nuestro pro-

Buzones inteligentes



Saudi Post Corporation, operador postal público de Arabia Saudita, que podría muy pronto ser privatizado, está realizando uno de los proyectos de transformación más innovadores del Oriente Medio. El correo modernizará así sus diferentes sectores de actividad y ofrecerá la distribución a domicilio. Hasta ahora, los 842 millones de envíos anuales se depositaban en apartados de correos instalados a proximidad de los destinatarios. Con el proyecto Wasel, adresse et seront ensuite équipés d'une boî-

se atribuirá una dirección a la mayor parte de los hogares del Reino y, después, serán equipados con un buzón a domicilio. Un millón de buzones han sido ya instalados desde el año 2006; cinco millones deberían ser instalados a continuación. Su particularidad consiste en que todos ellos están equipados de una microplaqueta RFID que contiene la dirección exacta del buzón. Antes de distribuir su correo, el cartero controlará, mediante un escáner manual, si la dirección del buzón corresponde a la indicada por su escáner. El sistema se convierte incluso en interactivo en el momento de la distribución de envíos EMS o de correo certificado, enviando un correo electrónico al destinatario para informarlo de la llegada de un envío particular. Los empleados han sido formados para utilizar de la mejor manera estas nuevas tecnologías. "Ya se puede decir ahora que las primeras reacciones de la clientela y del personal son muy positivas. El empleo de etiquetas RFID facilita sobremedida la introducción de este nuevo sistema de distribución y reduce considerablemente el margen de errores", afirma el Dr. Usamah M.S. Altaf, Vicepresidente del correo saudita.

El correo pondrá también etiquetas RFID a sus vehículos postales para controlar las llegadas y las salidas en los diferentes centros de clasificación y de distribución. **LW**

yecto de modernización y de innovación. Esto nos permite aumentar la eficacia de los procesos, tomar decisiones casi en tiempo real, y es también el trampolín para incrementar el valor añadido de los productos y servicios."

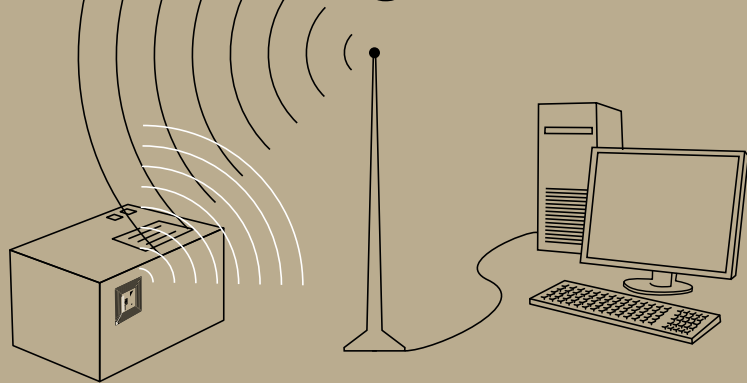
No cabe duda de que la utilización de la tecnología RFID en las redes postales aumentará considerablemente en el transcurso de los próximos años. Cada vez más pequeñas, más inteligentes y más baratas (se prevee que el año próximo el precio será de 0,16 USD por etiqueta), estas microplaquetas equipan objetos cada vez más pequeños. Primero se utilizaron para las cajas móviles únicamente, ahora acompañan las carretillas, las cajas, las sacas y quizá algún día las encomiendas y las cartas. La tecnología RFID se sitúa como competidor directo del código de barras, pero tiene además una ventaja nada despreciable: la transmisión de información sin contacto visual directo. La oficina de consultores IDTechEx estima en 50 millones de USD la suma que gastarán los correos del mundo entero en 2007 con miras a adquirir equipos RFID. Esta cantidad podría ascender a 3.000 millones de USD en el transcurso de los próximos años. Este aumento correrá parejo con un descenso de los precios de las microplaquetas. Por lo menos, así lo espera la UPU.

Calidad de servicio y gastos terminales

Para su nuevo sistema global de medición de la calidad de servicio, que debe ser desarrollado en virtud de la resolu-

ción C 46/2004 del Congreso de Bucarest y cuya fase piloto está planificada para principios de 2009, la UPU utilizará la tecnología RFID. Este sistema medirá el tiempo que invierte el país de destino para encaminar el correo de llegada hasta el punto final de su distribución. Así se establecerá una relación entre la calidad de servicio y la tasa de remuneración para los países destinatarios del correo. Para Akio Miyaji, coordinador de la calidad de servicio en la UPU, "este nuevo sistema de remuneración sólo podrá funcionar con instrumentos precisos de seguimiento y de localización del correo que siguen siendo totalmente anónimos. Y a plazo, todos los correos deberían estar equipados de esta tecnología". Es pues, totalmente normal que la tecnología RFID haya sido elegida para asegurar la medición de la calidad para el procesamiento y la distribución de los envíos de correspondencia que llegan. Los países estarán divididos en cinco categorías, según el volumen de correo que llega. Estos equipos deberán ser comprados por las organizaciones postales, pero se podrá suministrar una ayuda financiera, especialmente gracias al Fondo para el Mejoramiento de la Calidad de Servicio. La calidad será medida mediante cartas testigo enviadas por una tercera sociedad y no podrán ser identificadas por los empleados de correos. Desde 2005, un sistema similar de la UPU funciona también con la tecnología RFID para el control de la calidad y de los intercambios de correo para los países industrializados. Además del cálculo de los gastos terminales, el sistema global de medición de la calidad de servicio podrá ser

Cómo funciona la tecnología RFID



1. La señal RF activa la etiqueta cuando entra en el campo RF creado por la antena
2. La etiqueta desmodula la señal y devuelve sus datos a los lectores
3. Estos datos son enviados al ordenador

Tradicionalmente, un sistema de identificación por radiofrecuencia (RFID) se basa en tres componentes: un “transponder” (con frecuencia llamado también “marcador”) para el almacenamiento de las informaciones, un emisor-receptor (con frecuencia llamado “lector”) que tiene una antena y una aplicación lógica. La antena utiliza las olas de radiofrecuencia para transmitir una señal que activa los marcadores. Cuando estos están activados, devuelven las informaciones hacia el lector. Estas son entonces transmitidas a la unidad de control (el ordenador).

Este sistema tiene numerosas ventajas con respecto a los sistemas de códigos de barras tradicionales. Los marcadores utilizados por el sistema RFID pueden ser de diferente naturaleza: pasivos, activos o semiactivos. Las etiquetas activas están equipadas con una batería que les permite emitir una señal. De este modo, pueden ser leídas desde largas distancias, contrariamente a las etiquetas pasivas, cuya energía es suministrada por los lectores en el momento de su interrogación. Los marcadores pueden ser leídos automáticamente sin contacto directo ni escaneo de visibilidad óptica. Esto permite aumentar la rapidez, la facilidad y el grado de precisión de las actividades de escaneo. Varios marcadores pueden ser leídos simultáneamente, incluso a distancia (de 0,5 a 80 metros de una señal transmitida por radio). Esto significa que varios envíos pueden ser escaneados simultáneamente a distancia. Además, los marcadores están dotados de importantes capacidades de almacenamiento y son reinscribibles.

utilizado por los operadores para mejorar los flujos de correo gracias a las informaciones suministradas por el sistema.

Las posibilidades de la tecnología RFID son vastas. Esta tecnología puede también prever el volumen del correo a procesar o a someter a trámite aduanero (p. ej. durante los períodos de fiestas) y permitir así una optimización de los recursos humanos y técnicos. Y quizá algún día la encomienda, que habrá llegado a ser inteligente gracias a una microplaqueta RFID, podrá asegurar ella misma su llegada a destino. Al pasar por un centro de clasificación, la encomienda, indicando a las máquinas su dirección de destino, su peso y su estatuto por expreso prioritario o económico, será dirigida hacia la zona apropiada sin ninguna ayuda manual.

Normalización

Falta resolver aún una cuestión esencial: las normas. Esto no constituye un problema para las redes cerradas. Por ejemplo a nivel de un solo operador postal, pero puede pronto convertirse en un rompecabezas cuando se aspira a un seguimiento universal. Actualmente, existen numerosas variantes tanto en lo tocante a las frecuencias como a las microplaquetas utilizadas (pasivas, activas y semiactivas), lo cual, con frecuencia, dificulta enormemente una interconexión, e incluso la imposibilita. El peligro no radica únicamente en que diferentes sectores de la industria defi-

nan normas diferentes, sino en que en el seno de un mismo sector, especialmente el postal, la interconexión no esté asegurada. Esto constituiría un obstáculo para el despliegue de esta tecnología en el procesamiento de las cartas o encomiendas a nivel internacional.

La UPU ha lanzado un proceso de revisión de estas normas. Su grupo “normalización” tiene el mandato de definir una norma para el uso de la tecnología RFID, a fin de poder utilizar esta técnica más allá de las fronteras.

“Estamos revisando las normas y la tecnología existente para ver lo que podría ser más apropiado para el sector postal. En vez de definir un estándar completamente nuevo, queremos actualizar y utilizar normas ya existentes”, añade Akhilesh Mathur, responsable del programa “normalización y certificación” de la UPU.

Otros sectores de la industria han definido ya normas. Por ejemplo, la Asociación del Transporte Aéreo Internacional introdujo en 2005 una norma universal para las etiquetas de los equipajes. Ejemplo a seguir.

“Elegir siempre mejor”

Reaccione

Las cartas a la redacción son siempre bien acogidas. Envíenos unas palabras por correo o por vía electrónica (rheal.leblanc@upu.int) procurando indicar su nombre, su dirección, su número de teléfono e e-mail. Si fuere necesario, la redacción adaptará los textos elegidos para su publicación.

He tenido el placer de constatar, en nuestro número de junio de 2007, a propósito del correo elegido y de la importancia que reviste este medio de comunicación para los correos modernos en esta nueva era de elección y consumo que se habían adoptado ejemplos entre los instrumentos innovadores utilizados por el correo australiano para ayudar a sus clientes a ver en el correo una solución para hacer pasar mensajes de unos medios de comunicación a otros. Nuestras iniciativas obedecen a imperativos comerciales y a la buena inteligencia de sus exigencias de comunicación. Las empresas actuales buscan ante todo soluciones y medios postales económicos y

rentables, tales como un direccionamiento correcto asociado con datos sobre los cambios de domicilio, a fin de garantizar la exactitud de las listas de expedición y la probabilidad de una elevada tasa de envíos distribuibles. Como se destaca en el artículo, los emisores de publicidad directa hacen un uso razonado de las informaciones disponibles y, cuando existen datos sobre el modo de vida, estos últimos buscan metas prospectivas perfiladas basándose en sus propios ejemplos de éxitos pasados. La publicidad directa seleccionada está ahí para durar, y los correos que colaboran estrechamente con las empresas ven que este ramo de su actividad postal tra-

dicional se desarrolla, al igual que otros sectores perciben los efectos de la evolución de los nuevos medios de comunicación. El correo australiano sigue profundamente consciente de que el correo conserva algunas ventajas que los medios electrónicos no ofrecen y, si se posiciona bien, la publicidad directa continuará creciendo. El Foro para el Desarrollo de la Publicidad Directa representa una plataforma importante para intercambiar los datos de experiencia y la pericia necesaria para el mantenimiento de este crecimiento.

Christopher Grosser
Director de política de los negocios internacionales del correo australiano

El tema central del último número (publicidad directa) era de actualidad puesto que se trata de uno de los sectores de los servicios postales que registra actualmente el mayor crecimiento. No he descuidado poner de relieve las bases de datos de direcciones. En realidad, listas de direcciones correctas y otros instrumentos de direccionamiento resultan ser indispensables para llevar a cabo campañas de publicidad directa eficaces. Por lo demás, éste era el tema del más reciente encuentro del Foro para el Desarrollo de la Publicidad Directa (FDP). Sin embargo, contrariamente a lo que usted afirma en su prólogo, la “constitución de bases de datos” no es una actividad del FDP: es una actividad del sector privado y de algunos operadores postales en el mundo. En su plan de desarrollo para el período 2007/2008, el FDP centrará sus esfuerzos en el desarro-

llo del potencial, el encuadramiento de los países menos adelantados, la constitución de una base de conocimientos en materia de publicidad directa, el suministro de informaciones al grupo “direccionamiento” de la UPU para apoyar su proyecto de constitución de bases de datos de validación de los puntos de distribución y el refuerzo de los intercambios con otras organizaciones, tales como las asociaciones para la mercadotecnia directa, que persiguen objetivos similares.

Roberto Motta de Sant’anna
Presidente del Foro para el Desarrollo de la Publicidad Directa

“Seductora”

Le felicito por la nueva fórmula de Union Postale. La nueva maqueta es muy seductora, los colores más atractivos y la actualidad mejor presentada. Las noticias del mundo postal se profundizan también más. No dudo de que esta importante publicación seguirá presentándose como un excelente soporte de comunicación de las últimas noticias del mundo postal y de intercambio de los temas de interés común entre los países miembros de la UPU.

Carlos Silva
Director de relaciones internacionales del correo portugués

El Presidente de Correos de España, que estará presente en la exposición POST-EXPO 2007 en Barcelona, es un ferviente partidario de la sociedad de la información.



La innovación como motor estratégico

Según José Damián Santiago Martín, Presidente de Correos desde mayo de 2004, las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación se sitúan en el centro de una gama de prestaciones de calidad. Ante la globalización de los mercados, ante una creciente competencia y el proyecto de liberalización del mercado postal europeo, este hombre de 59 años recurre por su parte a todos los medios para afrontar los desafíos del sector postal del mañana.



.....
Por
Rhéal LeBlanc
.....

Fotos:
A. Coline y
M.A. Granados

La entrevista

¿En su opinión, cuáles son hoy los desafíos más importantes del sector postal mundial? ¿Y cómo se está posicionando Correos para enfrentar esos desafíos?

José Damián Santiago Martín

Nuestro sector está en un proceso de plena transformación, marcado por la globalización, la liberalización y las nuevas tecnologías. A los operadores postales tradicionales, la sustitución electrónica y el aumento de la competencia nos plantean retos constantes que nos obligan a una constante puesta al día.

Correos responde a estos desafíos incorporando las nuevas tecnologías, y con una mejora de la calidad y de su eficiencia. Nuestro objetivo es adaptarnos lo más rápidamente a las necesidades y exigencias de nuestros clientes y usuarios, y para ello estamos desarrollando varios proyectos. Por ejemplo, utilizamos el nuevo modelo de etiquetas de RFID, que nos permite mejorar nuestro sistema de medición de la calidad de una forma fiable, económica y eficaz. La versatilidad de esta tecnología RFID pasiva la convierte en una herramienta clave, pues se puede aplicar a numerosos procesos. Estamos optimizando también nuestra red de distribución, para convertir a Correos en la mejor elección y en el nodo más rápido para las comunicaciones entre Europa y Latinoamérica.

Y una búsqueda continua de socios, por la vía de nuestra participación en corporaciones internacionales como IPC, y mediante la firma de acuerdos internacionales como

puede ser 'Kahala' (KPG), o la creciente implicación en organizaciones internacionales como la UPU.

¿Cómo está Correos preparándose para la liberalización del mercado postal en Europa? ¿Y esa liberalización, es una oportunidad o una amenaza?

La parte más rentable del mercado postal español, el correo local, donde se concentra más del 54% del valor, está liberalizado desde los años 60. Correos, por tanto, ha desarrollado su estrategia en un mercado muy liberalizado y altamente competitivo, con buenos resultados.

No obstante, la liberalización en Europa es un hito importante para el que nos estamos preparando, como señalaba antes, desarrollando e implantando las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TICs) en nuestros procesos operativos y de gestión y en nuestros productos; reforzando la cooperación con otros operadores internacionales (Asia – Oceanía) e incrementando nuestra presencia en América; y con una apuesta decidida tanto por los productos electrónicos, a través de nuestra Oficina Postal Virtual (www.correos.es), como por la diversificación, y por la oferta de servicios financieros, con nuestra marca "Bancorreos".

España fue uno de los países fundadores de la UPU. ¿Cómo ve hoy el papel de la UPU? ¿En qué aspecto la UPU puede contribuir al refuerzo del sector postal mundial?

Desde su creación en 1874, la UPU

ha sido y es un excelente canal de comunicación entre los países miembros y ha servido como unificador de criterios en el sector para asegurar el acceso a un servicio postal universal asequible y de calidad a toda la población. Es también una plataforma para asegurar la asistencia técnica y la cooperación entre sus miembros.

Su papel como organización intergubernamental es clave para seguir asegurando el desarrollo y la sostenibilidad del servicio postal universal. Además, en el actual entorno internacional, debe convertirse en catalizador del cambio que facilite al sector postal mundial su rápida adaptación a las nuevas exigencias.

Las iniciativas que se llevan a cabo en el seno de la UPU, promoviendo la diversificación hacia productos financieros y electrónicos, son vitales para muchos operadores. Pero debe ser capaz de desarrollar un sistema de toma de decisiones ágil que permita a todos los actores responder a las crecientes necesidades. La UPU tiene ahora una oportunidad fantástica para asegurar su papel entre los países desarrollados y entre los países en desarrollo con el debate sobre la futura estructura de la UPU. Al ser una organización intergubernamental, debe atender a muchos factores y equilibrar fuerzas, pero asegurar la agilidad en la toma de decisiones sobre cuestiones operativas es vital para que todos los operadores sigamos mirando a la UPU como organización de referencia.

Dentro de la UPU, España, a través de su representante de Correos, asegura la presidencia del Grupo de Acción de Cooperación al Desarrollo. ¿Cuál es el sello que España y Correos desean dejar en los trabajos del Grupo?

España siempre ha apoyado las labores de cooperación de la UPU. Nosotros asumimos con mucho entusiasmo la presidencia del grupo y, durante el ciclo actual, Correos está respaldando la realización de los Planes Integrales de Desarrollo y Reforma Postal (PIDEP), además de participar en la implantación de la metodología en algunos países concretos, y colaborar con la Oficina Internacional en la elaboración de indicadores de seguimiento y la elaboración de fichas resumen que faciliten, tanto a los países beneficiarios como a la propia UPU, el seguimiento de dichos planes.

Nuestro país también se ha involucrado activamente en otra línea básica de actuación: los Planes de Desarrollo Regional (PDR). La metodología de los PDR aporta una visión de conjunto sobre las necesidades y carencias de cada una de las regiones, y lo más importante: ofrece soluciones. España colabora con la UPU y con la UPAEP (Unión Postal de las Américas, de España y Portugal) para el desarrollo del PDR en América Latina, con un proyecto enfocado a la calidad del servicio.

Por último, con el apoyo de la Oficina Internacional, hemos impulsado como línea de trabajo del grupo la realización de los Objetivos del Milenio (ODM). Creemos que la red postal puede jugar un papel

clave para conseguir los ODM. En ese sentido, colaboramos con el Grupo de Economía Postal y la Oficina Internacional en un estudio que analiza el impacto que tiene la inversión en infraestructura postal sobre el desarrollo económico y social de los países. Ese estudio puede ser una buena herramienta para ayudar a los países a obtener financiación adicional para el desarrollo de sus mercados.

¿El desarrollo político de España en 17 Comunidades Autónomas influye positiva o negativamente en la prestación del SPU por parte de Correos?

Correos es el operador encargado de prestar el servicio postal universal en toda España con la máxima calidad y la máxima accesibilidad. Disponemos para ello de una red muy amplia: 67.000 trabajadores, 10.000 puntos de atención al público, 2.115 oficinas multiservicio, 1.800 carterías, 13.000 vehículos... Así llegamos a diario hasta el último rincón del país.

Un objetivo prioritario del Gobierno de España es que los ciudadanos disfruten este servicio postal universal en las mejores condiciones. Y la existencia de gobiernos regionales no cambia el SPU. Además, las Comunidades Autónomas canalizan peticiones de refuerzos del servicio postal o piden ampliar medios e infraestructuras para atender nuevas demandas, a menudo por el crecimiento de población de una zona, lo que pone de manifiesto la importancia que dan al servicio postal.

“Hemos elaborado, en cuatro años, un plan de inversión de mil millones de EUR destinado a modernizar los procesos de explotación y de gestión, así como nuestras infraestructuras”

El acceso a los servicios de remesas a precios asequibles para los emigrantes es una prioridad para las NU y también para la UPU. ¿Cuál es la posición de Correos en relación al acceso a esos servicios por parte de los inmigrantes en España?

Los inmigrantes representan hoy cerca del 10% de la población en España y son, lógicamente, un colectivo preferencial para Correos.

Llevamos años atendiendo sus demandas en muchos campos. Me referiré a algunas. Cuando llegan a España, lo primero que necesitan es poder comunicarse de forma fácil y a precios asequibles con sus familiares en su país de origen. Correos les ofrece locutorios telefónicos en nuestras oficinas de localidades con alta presencia de inmigrantes. Es un servicio que tiene muy buena acogida, que el año pasado facturó un 20% más que el anterior, pues pueden realizar llamadas internacionales a precios económicos.

Los inmigrantes también necesitan una forma segura, rápida y económica de enviar dinero y Correos les ofrece, además del servicio de giro internacional y nacio-

nal, el “Envío de Dinero en Minutos”, un servicio disponible a través de nuestras más de 2.000 oficinas multiservicio y que gestionamos en colaboración con Western Union en virtud de un acuerdo firmado para que los inmigrantes puedan enviar sus remesas de manera casi instantánea a 300.000 oficinas de más de 200 países. Nuestros precios para esas remesas son muy competitivos, con descuentos y ofertas especiales para los corredores con mayores tráfico, como Sudamérica, Norte de África y Este de Europa, principales países de origen de los inmigrantes residentes en España.

Correos tiene en cuenta asimismo que España es un país de instalación, donde se afincan muchos extranjeros. Nosotros tratamos de atender esas demandas del inmigrante establecido: acceso a hipotecas para adquirir una vivienda, créditos al consumo, financiación para poner en marcha sus propios negocios...

“BanCorreos”, nuestra marca de servicios bancarios, les ofrece productos financieros diseñados pen-

sando en ellos. La última iniciativa ha sido obtener la certificación “Halal” para atender al amplio colectivo musulmán.

Correos España es el anfitrión de POST-EXPO 2007, que tendrá lugar en Barcelona al principio de octubre. ¿Cuáles son algunas de las tecnologías más avanzadas que Correos va a presentar? ¿Y cómo ve el papel de las nuevas tecnologías en el funcionamiento de los servicios postales hoy?

La innovación y las TICs son claves para el futuro del servicio postal y para Correos. Nosotros hemos apostado claramente por ellas y, en cuatro años, hemos desarrollado un Plan de Inversiones de 1.000 millones de euros, en su mayoría para modernizar procesos operativos y de gestión, y nuestras infraestructuras.

Nuestro objetivo estratégico es ofrecer un servicio de calidad y eficiente. Ello implica que Correos represente la mejor opción frente a otros operadores en el acceso, entrega, trazabilidad de los envíos, intercambio de información con los



clientes, agilidad y capacidad para ofrecer soluciones personalizadas y atención permanente. Significa aprovechar las Tecnologías de la Información para reforzar la calidad y los valores añadidos de nuestros servicios y productos, y para gestionar con eficiencia nuestros recursos. Esta Empresa Estatal se está equipando con las tecnologías más innovadoras y eficientes, caso de las PDAs (ayudante personal digital) para el reparto o el sistema RFID de control de envíos por radiofrecuencia.

En Correos ya reparten con PDA más de 2.000 carteros de urgente, y contarán con esos dispositivos móviles nuestros más de 30.000 carteros – de reparto urgente, ordinario y rurales – cuando concluyamos el despliegue gradual que estamos realizando. Con las PDA aseguramos la total trazabilidad de los envíos y vamos a sumar nuevos valores añadidos de nuestros productos y servicios.

En el caso de nuestro proyecto de Identificación por Radiofrecuencia (RFID) cabe destacar que es pionero en Europa, tanto por su envergadura como por utilizar “tags” pasivos para realizar mediciones y hacer seguimientos del tránsito de los envíos por la cadena postal. Hemos instalado en nuestros grandes centros operativos las antenas que leen a distancia la información de esos envíos (en carros, jaulas, palés) y que nos permiten detectar en tiempo real y atajar de inmediato cualquier “cuello de botella” en los procesos de

tratamiento y clasificación. El sistema, por tanto, nos ayuda a mejorar la calidad del servicio postal y los plazos de entrega. Pero además tiene otra gran ventaja: los tags pasivos tienen un coste mucho menor (0,50 euros) que las etiquetas activas (en torno a 30 euros), lo que sin duda contribuye a ganar eficiencia en la gestión de nuestros recursos. Es decir, Correos con el uso de etiquetas de radiofrecuencia (RFID) ofrece servicios de más calidad y seguros, y además ahorra costes operativos.

En definitiva, hemos hecho una apuesta inequívoca por las TICs y estamos en un proceso de “inmersión” total en ellas para innovar y potenciar los valores añadidos de nuestros productos, para mejorar nuestros procesos y para consolidar la compañía, porque estamos convencidos de que son un aval del futuro de Correos.

En Post Expo mostraremos esas nuevas tecnologías incorporadas por Correos y nuestra renovada oferta de servicios y productos, incluyendo un servicio de paquetería con nuevos valores añadidos para el cliente, como la recogida en plazos concertados, la trazabilidad, el seguimiento vía web, o el acuse de recibo electrónico. También quedará patente -a quienes nos visiten y ante los demás operadores- que Correos está cada día más presente en Internet. Nuestra Oficina Postal Virtual es otro importante referente de cómo aprovechamos Internet para mejorar la calidad y accesibilidad de los servicios postales.

Nuestro compromiso, en paralelo a los objetivos del Gobierno español, es contribuir a la extensión de la Sociedad de la Información en España.

Panorama

Liberalización postal: se aplaza la apertura a 2011

Con una amplia mayoría (512 votos frente a 155), los eurodiputados adoptaron en primera lectura el informe de apertura a la competencia de las cartas de menos de 50 g, última etapa de la liberalización total de los servicios postales, al 1º de enero de 2011 en lugar del 1º de enero de 2009 como así lo pedía la Comisión Europea. Francia, Bélgica, Luxemburgo y también Italia, Polonia, España, Grecia y Hungría no se oponen a la liberalización a partir de 2009, pero se preocupan por las lagunas de la proposición

en materia de financiación de las obligaciones de servicio universal. En cambio, los países que ya han liberalizado (Reino Unido, Finlandia, Suecia) o que se disponen a hacerlo (Países Bajos, Alemania) apoyan la propuesta de la Comisión y estiman que el proceso de liberalización ha durado ya demasiado. Desean que sus proveedores puedan competir con los operadores históricos.

Fuente: Servicio de prensa del Parlamento Europeo

Finland Post cede su puesto a Itella

Desde el 1º de junio, Finland Post Corporation se llama Itella y, el Grupo, Itella Group. La razón de este cambio se debe a la voluntad y a los esfuerzos del Grupo por diversificar e internacionalizar sus actividades: una amplia gama de servicios de logística completa actualmente los productos postales. Además de en Finlandia, Itella Group está presente en ocho países del norte de Europa y una cuarta parte de sus ingresos proviene de sus actividades a nivel internacional.

Fuente: Comunicado de prensa, Finland Post/Itella

POST INVEST al servicio del África postal

Con ocasión de la mesa redonda regional organizada en Nairobi, los países africanos anunciaron la creación de una nueva cooperativa, denominada POST INVEST, que estará presidida por Mali. Once países, situados la mayoría de ellos en África Occidental, ya son miembros de la misma. Se prevee que 26 países se adhieran a la misma. La cooperativa mantiene los mismos objetivos que los contenidos en la Estrategia Postal Mundial de la

UPU. Esta es su ambición: hablar con una sola y misma voz en lo tocante a las cuestiones postales y realizar la promoción común de los productos y servicios postales. Las actividades de la cooperativa se centrarán en las dimensiones física, electrónica y financiera de la red postal mundial.

Fuente: UPU

El Correo belga vende en eBay

El Correo belga propone algunos productos a través de un almacén postal virtual en el sitio eBay. En él se colocan con regularidad piezas de colección que se subastan, lo cual constituye una innovación para un operador postal. Desde fines de junio, el Correo belga vende productos filatélicos y numismáticos destinados a los coleccionistas que buscan la pieza que les falta, pero también a los aficionados de historietas y de hermosos libros. El puesto de venta del Correo, visitado cada día por unos 400.000 internautas, es accesible en esta primera fase en eBay.be y en eBay.nl, y pronto lo será en el mundo entero.

Fuente: Comunicado de prensa, Correo belga

Panorama

Escenografía virtual

Para dar a conocer la riqueza de las informaciones disponibles en su portal www.laposte.fr, el Correo ofrece a los internautas una visita guiada animada por dos comediantes que acompañan de manera lúdica y pedagógica a los visitantes en su descubrimiento del sitio. Combinando las funcionalidades del video y de la animación flash, esta visita guiada es totalmente inédita en el sector postal. Los comediantes explican y orientan a los internautas en función de sus necesidades, ya sean éstas particulares,

profesionales o en busca de informaciones prácticas tales como el código postal de una población, el cálculo de tarifas, el acceso a un glosario o las ofertas de empleos propuestas por los diferentes oficios del Grupo. Cada página del sitio se estructura como las diferentes piezas de una casa: los personajes sacan o hacen circular según les parece elementos de página, entran y salen de la página por puertas virtuales, o descienden de un ascensor imaginario cuyas puertas son las casillas o los encuadrados de la página.

Fuente: Comunicado de prensa, La Poste francesa

Porte pagado para las manos caritativas

Las organizaciones que ayudan a las comunidades que se encuentran en estado de necesidad se benefician ellas también, con sólo una pulsación, del correo neocelandés. En efecto, éste pone cada año 1,5 millones de sobres ya franqueados a la disposición de las organizaciones caritativas para sus campañas o para la recogida de fondos. Estos sobres son 500.000 más que el año pasado y, en el año 2006, 4.200 organizaciones ya pudieron beneficiarse de esta acción denominada "Community Post". Desde 1999, año del lanzamiento del programa, más de 25.000 organizaciones con fin no lucrativo se han beneficiado ya de esta reducción, nada despreciable de sus gastos de funcionamiento.

Fuente: Comunicado de prensa, New Zealand Post

Pekín lanza el primer código postal de los JO

102008, he aquí el código postal atribuido al pueblo olímpico y a otros lugares donde se desarrollarán las pruebas deportivas en Pekín con ocasión de los Juegos Olímpicos. La cifra 1 designa a Pekín y 2008 se refiere al año de los Juegos. Entrará en vigor el 1º de agosto de 2007 y expirará el 30 de septiembre de 2008. Es el primer código postal creado en la historia para Juegos Olímpicos, acelera la distribución y confiere seguridad al correo destinado a los organizadores y a los deportistas durante la manifestación.

Fuente: Chinadaily.com

Mejores intercambios

US Postal Service (USPS) y el Servicio Postal Mexicano (SEPOMEX) firmaron un acuerdo para mejorar los servicios postales entre los 2 países. USPS ayudará a SEPOMEX en sus esfuerzos de reforma y de reorganización de sus actividades y SEPOMEX cooperará con USPS en la creación de nuevas oportunidades comerciales comunes y en el mejoramiento de los servicios transfronterizos. Ambos operadores formarán un equipo conjunto de mejoramiento de los servicios y de desarrollo comercial encargado de definir nuevos servicios por expreso internacionales y para las encomiendas por avión. La seguridad de los productos postales es otro componente clave del acuerdo. USPS participará en la formación de los nuevos inspectores postales mexicanos y un grupo de trabajo elaborará procedimientos de tramitación aduanera más eficaces.

Fuente: Comunicado de prensa, USPS



Get ready to win.



SOLYSTIC, A 60 YEAR PARTNER OF THE POSTAL SERVICES

Gain in technological performance thanks to machines with high throughput, specifically adapted to your needs.

Invest in the future with a partner that devotes 10% of its turnover to Research and Development (30 patents per year on average).

Increase your competitive edge with solutions that offer excellent value for money and optimised cost of ownership: installation, maintenance, team training, ergonomics, etc.

Depend on the reliability of a constructor who has been in the postal business for 60 years.

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

 **POST-EXPO 2007**

**JOIN US ON OUR STAND 1300
HALL 8 • LEVEL 1**

 **SOLYSTIC**
|| NORTHROP GRUMMAN company

www.solystic.com

Future postal solutions

WHAT'S THE MOST VALUABLE TOOL TO DRIVE SUSTAINABLE GROWTH AND POWERFUL RELATIONSHIPS? MAIL!

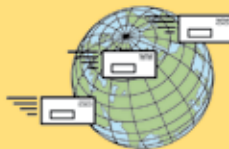
The Postal industry has significant potential for long-term growth so long as mail continues to be the most effective medium for business communications.

Growth will come from increased co-operation of posts and suppliers, responding directly to customers choice.

Service innovation and integration through technology will deliver revenue growth, cost reductions and increased customer loyalty. Pitney Bowes is the leader in creating technologies to bring posts and mailers

Pitney Bowes operates in 130 countries around the world, investing in the growth of mail. Our innovative technology creates solutions that bring Posts and Mailers together for greater productivity.

Pitney Bowes promoting partnerships to deliver profit.



together to optimize the entire mailstream.

Mail is a valuable tool for sustainable growth with the power to build valuable relationships. Mail adds impact by being

targeted, universal and non-intrusive. Mail has that ability to get the right message, to the right person, at the right time.

Our goal is to make those who use the mail more successful. Pitney Bowes invests time and resources, in partnership, to ensure mail delivers.



Pitney Bowes

Engineering the flow of communication™