

UNION POSTALE

marzo de 2008

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



UPU, organismo especializado
de las Naciones Unidas

1

El correo

Vector
del desarrollo
económico



International Postal System

Sistema completo para la gestión del correo internacional

Estos doce últimos años, el Centro de Tecnologías Postales (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



Índice

Apuntes

Ojeada a las actividades de la UPU

4

Prólogo

¿Un mundo sin el correo? ¡Inconcebible!

5

Cubierta

Acceso local a una red mundial

Favoreciendo los intercambios comerciales, el sector postal es un motor esencial de la economía mundial

8

El porvenir de los envíos de correspondencia

Pese a los pronósticos Internet no ha originado aún el hundimiento de los envíos de correspondencia

13

La resistencia del arte epistolar

Madame de Sévigné confiere al arte epistolar sus títulos de nobleza.

Las costumbres han evolucionado, pero la carta sigue teniendo mucho encanto

18

Regreso hacia el futuro

Ojeada a las tecnologías utilizadas y a las tendencias seguidas por los operadores postales para afrontar el desafío de la eficiencia

21

La entrevista

Para un pago equitativo

El suizo Paul Epiney, presidente del grupo del proyecto «gastos terminales», recuerda las metas más importantes del mecanismo de remuneración

24

El buzón

Los lectores se expresan

28

Panorama

Ojeada a las actualidades postales en el mundo entero

29



El territorio postal constituye una de las mayores redes de distribución física en el mundo y favorece los intercambios de información y comerciales, incluso en los lugares más recónditos.

marzo
133° año

2008

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

Union Postale se publica desde 1875 y está disponible en alemán, árabe, inglés, chino, español y ruso.

Directora del Despacho y de la Comunicación: Juliana Nel

Redactor jefe: Rhéal LeBlanc

Redactor adjunto: Jérôme Deutschmann

Secretaria de redacción: Gisèle Coron

Colaboradores: Dora Precup, Laurent Widmer

Grafismo: Die Gestalter, Saint-Gall (Suiza)

Impresión: Benteli Hallwag AG, Berna (Suiza)

Suscripción: publications@upu.int

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

Apuntes

Ban Ki-moon en la UPU

La UPU acogerá, los días 28 y 29 de abril, en Berna, el Consejo de los jefes de Secretaría para la coordinación del sistema de las Naciones Unidas, presidido por Ban Ki-moon, Secretario General de las Naciones Unidas.

En este Consejo participa el Director General de la UPU. Es un órgano de coordinación y de cooperación sobre un conjunto de cuestiones de fondo y de gestión de los organismos de las Naciones Unidas. Se reúne cada seis meses, una vez en Nueva York y una segunda vez en un país que alberga una organización de las Naciones Unidas. La UPU actúa en el desarrollo de las relaciones con las instituciones y los programas de las Naciones Unidas desde el año 1948. La celebración de esta reunión en la Oficina Internacional coincide, pues, con las celebraciones del 60º aniversario de la UPU como organismo especializado de las Naciones Unidas.

«En el seno del sistema de las Naciones Unidas, actuamos para que se oiga la voz de la UPU y para promocionar nuestras acciones y la función de los servicios postales para el desarrollo económico, declaró Edouard Dayan con ocasión de la reunión del Consejo de Administración en el pasado mes de febrero. Esta es la razón por la cual nos sentimos especialmente satisfechos de poder acoger esta importante reunión.» **DP**

Congreso: proposiciones y objetivos

A principio de febrero, el Consejo de Administración (CA) de la UPU aprobó cierto número de proposiciones de tipo general y de modificación de las Actas que serán presentadas al XXIV Congreso Postal Universal. Entre las más importantes: un nuevo sistema de gastos terminales (véase La entrevista en la página 24), la nueva Estrategia Postal Mundial que fija cuatro grandes objetivos para el sector postal de 2009–20012, y un nuevo Acuerdo relativo a los servicios de pago postales, provisto de un acuerdo multilateral para facilitar los intercambios financieros postales entre operadores designados.

Por otra parte, una proposición recomienda clasificar a los países miembros de la UPU en cinco grupos, según el producto interior bruto y los indicadores del desarrollo postal recogidos por la UPU. Esta clasificación tiene una incidencia en los gastos terminales que los países pagan

por el tratamiento del correo internacional que llega y la financiación que reciben los países en desarrollo y los menos adelantados para proyectos de reforma, de desarrollo o de mejoramiento de la calidad de servicio. Por último, una proposición versa sobre las nuevas estructuras del CA y del Consejo de Explotación Postal (CEP) que son los dos principales órganos de la UPU encargados de continuar los trabajos de la Unión entre cada Congreso. Con objeto de asegurar una colaboración más estrecha entre los dos Consejos, sin dejar de respetar las responsabilidades distintas de cada órgano en materia de gobierno y de interconexión de las redes, los equipos de proyectos y los grupos de trabajo del CEP serán mejor definidos para evitar las interferencias, y ciertas responsabilidades relativas a la cooperación técnica y a la planificación estratégica, por ejemplo, serán transferidas al CA. **RL**

La cita

«No soy de los que piensan que el sector postal es obsoleto. Tiene un porvenir prometedor, y los medios de comunicación electrónicos no pueden sustituir completamente los servicios postales tradicionales. Más bien diría que el comercio electrónico constituye una oportunidad en lugar de una amenaza para los servicios postales. El sector postal constituye una infraestructura esencial que permite a los ciudadanos y a las empresas comunicarse entre sí. No podemos tener una economía avanzada sin un sector postal avanzado.»



Prólogo

¿Un mundo sin el correo? ¡Inconcebible!

Si se suprimiera la red postal nacional, e incluso la mundial, se hundiría todo un muro de sustentación de la economía. Día tras día, particulares, empresas, organizaciones y servicios gubernamentales confían a los operadores postales millones de envíos de correspondencia, encomiendas y otros envíos por expreso para ser encaminados de un extremo a otro del mundo. Y a todo ello hay que añadir los numerosos servicios financieros que pasan también por la red postal.

Millones de entidades no podrían sobrevivir sin el correo. Este servicio público, es objeto, claro está de una competencia cada vez más reñida por parte de los nuevos medios de comunicación, pero sigue siendo un impor-

tante motor de la economía y, cada vez más, para las microempresas y para las empresas pequeñas y medianas que evolucionan al ritmo del progreso de las nuevas tecnologías, como así lo atestigua nuestro artículo de fondo.

La llegada de Internet y de las nuevas tecnologías no ha tenido el impacto que se preveía en los servicios postales tradicionales. Por el contrario, estos últimos se transforman, se adaptan y se aseguran un porvenir prometedor, velando por las necesidades de una clientela que también evoluciona.

Valga la prueba ofrecida por los envíos de correspondencia acerca de los cuales se creía que iban a hundirse en el abismo de la sustitución electrónica. El producto sin duda alguna más conocido de la gama de

los servicios postales afronta el desafío y se posiciona en el mercado con su fuerza promocional y su eficacia. Incluso la carta personal parece ser que tendría todas las probabilidades de renacer de sus cenizas, gracias a los esfuerzos realizados para devolver a este producto sus títulos de nobleza. El correo electrónico, el texto y el teléfono portátil son rápidos, pero ¿qué carga emotiva dejan a su paso? Nuestro artículo en la página 18 recuerda todo el impacto de la carta personal y su historia. Pregunte a Papá Noel y a sus múltiples encarnaciones si no se alegran cada año cuando reciben más de seis millones de misivas al acercarse las fiestas de fin de año.

Rhéal LeBlanc, redactor jefe

ISO y la UPU trabajarán aunadamente

La Organización Internacional de Normalización (ISO) y la UPU firmaron, el 30 del pasado mes de enero, un acuerdo de cooperación tendente a reforzar los intercambios de informaciones relativas a la puesta a punto de normas de interés común para ambas organizaciones.

En estos momentos en los que las técnicas se perfeccionan incesantemente, una creciente colaboración en los trabajos de normalización llega a ser esencial. Además, la evolución del mercado postal exige la elaboración de normas para responder a nuevas necesidades centradas en una calidad de servicio superior. A medida que los operadores postales diversifican sus actividades, la necesidad de trabajar en un marco normalizado resulta imprescindible.

«La UPU ha elaborado ya numerosas normas para el tratamiento del

correo físico. Ahora, debemos definir normas para los servicios electrónicos y financieros. El acuerdo de cooperación con la ISO se orienta en este sentido», declaró el Director General, Edouard Dayan.

Por su parte, Alan Bryden, Secretario General de la ISO, indicó que este acuerdo garantizará el acceso de los servicios postales a las normas mejor adaptadas a nivel mundial, «combinando al mismo tiempo la pericia especializada de los expertos de la UPU y la plataforma plurisectorial de la ISO, en la que actúan numerosos copartícipes».

Un comité de contacto estará encargado de la aplicación de las disposiciones del acuerdo. La ISO y la UPU podrán de este modo referenciar e integrar las normas elaboradas por una u otra institución en sus normas respectivas. »

Charlie McCreevy, comisario encargado del mercado interior y de los servicios, Comisión Europea, el 27 de febrero de 2008, día de la publicación de la tercera directriz postal en el periódico oficial de la Unión Europea.

Emisiones de gas con efecto de invernadero: primero levantar el velo

Si el sector del transporte es responsable del 14% de las emisiones anuales de gas con efecto de invernadero, ¿qué volumen de emisiones el sector postal puede generar? La UPU espera conocer la respuesta muy pronto. En el marco de los trabajos del Grupo de Proyecto «Desarrollo sostenible», la Oficina Internacional prepara un cuestionario que será enviado, en abril, a todos los países miembros de la UPU. Con más de 5 millones de empleados, 660 000 establecimientos postales, 600 000 vehículos y 250 000 motocicletas en el mundo entero, sin contar los aviones y los barcos utilizados para encaminar diariamente el correo, el sector postal no es probablemente un buen alumno en materia de respeto al

medio ambiente. Ahora bien, es necesario disponer de datos confiables sobre el conjunto del sector para poder proponer a los operadores postales soluciones tendientes a reducir sus emisiones de gas con efecto de invernadero y medir la eficacia de las mismas de un año a otro. Ahora bien, con esta perspectiva se elaborará un estado de la situación relativo al nivel de polución generado actualmente por el sector. El cuestionario será elaborado según una metodología propuesta por el Programa de las Naciones Unidas para el Entorno, con el que la UPU firmará próximamente un acuerdo de cooperación tendiente a reforzar las actividades entre las dos organizaciones de la ONU. **RL**



Encomiendas: mejoramiento de la calidad

Mientras el tráfico mundial de las encomiendas aumenta de año en año, el número de operadores que utilizan códigos de barras (148) también aumenta. Ciento siete operadores utilizaban el sistema de seguimiento y de localización de las encomiendas en enero de 2008, y 76 de ellos han adoptado un sistema común de reclamación de los clientes basado en Internet. La calidad del servicio de las enco-

miendas está, en efecto, en el centro de los esfuerzos de la UPU. Los criterios de mejoramiento son medidos en informes de eficiencia realizados a partir de los intercambios de mensajes EDI entre un centenar de operadores y la aplicación de un sistema de primas relacionado con las cuotas-parte territoriales de llegada. Los operadores que perciben estas primas, respetan especificaciones mínimas aplicables a

la red, tales como la impresión de códigos de barras según las normas de la UPU, la distribución a domicilio, la adopción de un sistema de seguimiento, la publicación de normas de distribución etc. Estos operadores prestan también a los clientes un servicio competitivo y preservan o incrementan su parte de mercado en un sector donde la competencia es muy reñida. **JP**



La UPU celebrará su XXIV Congreso en Ginebra

Habida cuenta de la situación en Kenia, el Consejo de Administración (CA) de la UPU decidió, el 8 del pasado mes de febrero, organizar el XXIV Congreso Postal Universal en Ginebra (Suiza) en lugar de en Nairobi.

El Congreso Postal Universal, que se celebra cada cuatro años, se reunirá en el Centro Internacional de Conferencias de Ginebra, del 23 de julio

al 12 de agosto. Acogerá unos 1500 delegados provenientes de los 191 países miembros de la UPU.

Una resolución del Consejo recomendará al Congreso que Kenia asuma la presidencia del mismo, así como la presidencia del CA en el período de 2009–2012. Esta resolución recomienda también que la candidatura de Nairobi sea promovida para la organización de la Conferen-

cia Estratégica de la UPU en 2010. Kenia no ha respondido aún a esta resolución.

La Oficina Internacional organizará el Congreso con el apoyo del Gobierno suizo y del Correo suizo. Para mayor información acerca del XXIV Congreso Postal Universal, consúltese el sitio www.upu.int. **RL**

Vista del lago de Ginebra con su célebre surtidor de agua que brota a una velocidad de 200 Km./hora.



La región del Golfo comprueba la tecnología RFID

En el marco de un proyecto coordinado por el Correo de Qatar, Q-Post y otros dos correos vecinos, someten a prueba diferentes tecnologías de Identificación por radiofrecuencia (RFID) a fin de medir la calidad de servicio en la región del Golfo.

Desde el comienzo de marzo, el tiempo de encaminamiento de los envíos de correspondencia que circulan entre Qatar, los Emiratos Arabes Unidos, y Arabia Saudita se mide gracias a microplaquetas RFID leídas a distancia y sin contacto visual al pasar por siete portales o lectores RFID instalados en los establecimientos de procesamiento del correo.

Este proyecto tiende a estudiar el proceso de integración y la inter-

conexión de dos tecnologías distintas mediante unas 4000 microplaquetas llamadas semiactivas y pasivas disimuladas en sobres testigos. El proyecto, de una duración de tres meses, suministrará informaciones concretas sobre el uso combinado de diferentes tecnologías para el sistema de control mundial de la calidad de servicio de la UPU. Ulteriormente, este sistema medirá, mediante la tecnología RFID, el tiempo invertido por el país de destino para encaminar el correo que llega hasta el punto final de su distribución. Así se establecerá un vínculo entre la calidad de servicio y la tasa de remuneración para los países destinatarios del correo.

Con ocasión de la reunión del Consejo de Explotación Postal, en el pasado mes de enero, el Grupo de Proyecto «Calidad de Servicio» decidió continuar con este sistema e insistir en la interoperabilidad de tecnologías distintas. Se definirán diversas normas este año, y la primera fase piloto del sistema de control mundial tendrá lugar en 2009. Este sistema será después extendido a todos los países miembros de la UPU. Además de servir para el cálculo de los gastos terminales, este sistema podrá ser utilizado por los operadores para mejorar los flujos de correo gracias a las informaciones suministradas por el sistema. **LW**



© photo La Poste Suisse

.....
El sector postal ha sido uno de los
primeros en afrontar la
liberalización.

Acceso local a una red mundial

.....

Al favorecer los intercambios comerciales, el sector postal constituye un motor de la economía mundial. En especial, sus actores son selectos profesionales de la logística para las pequeñas empresas y las micro-empresas en los países en proceso de desarrollo como en los países industrializados.

.....
Por
Laurent Widmer

Provista de un ordenador, de una conexión con Internet, de un aparato fotográfico y de un buen espíritu emprendedor, Léontine Diouf hace que, desde fechas recientes, los comerciantes de diversos mercados de Dakar (Senegal) participen en el comercio mundial. Pañuelos de cuello tradicionales, esculturas, calzados y otros objetos: los pequeños artesanos senegaleses forman parte del mercado mundial desde que figuran en su sitio www.shopduweb.com. La mayoría de los compradores interesados están situados en Senegal, pero también en el extranjero. «No son numerosos, pero yo me ocupo de discutir los precios para ellos, de percibir el dinero por giro postal y después de enviarles los artículos por Correo», dice la Sra. Diouf.

Gracias a su iniciativa, estos artesanos forman parte del gran supermercado internacional. Tener un taller bien expuesto a la vista en la red no resulta caro y su gestión es posible un poco por doquier en el mundo mediante una conexión con Internet, una solución de pago y un servicio logístico para los envíos. Un mercado abierto durante las veinticuatro horas del día, accesible desde cualquier lugar para millones de internautas gracias a los progresos tecnológicos y a Internet.

Y los operadores postales no están ausentes de esta rauda evolución. Aprovechan nuevos volúmenes generados por esta forma de comercio porque son con frecuencia el medio logístico adecuado para quienes envían con frecuencia pequeños volúmenes de mercaderías. «El correo tiene estrechas relaciones con los servicios de aduana», señala Michael Taillie, que acaba de firmar un acuerdo de tres años entre su empresa neozelandesa de promoción del comercio y el correo. «Hemos elegido al

correo como copartícipe porque es el medio más sencillo y más económico para nuestros envíos. Y como quiera que el Correo neozelandés es miembro de la UPU, tenemos acceso al comercio internacional en su totalidad».

Internet físico

Con 660 000 oficinas de correos repartidas por doquier en el mundo, la red postal constituye una de las redes físicas más importantes de nuestro planeta. Su importancia económica no es nada despreciable. En los países de la Unión Europea, los servicios postales alcanzan un volumen de negocios de unos 88 000 millones de euros, es decir aproximadamente un 1% del producto interior bruto (PIB) de la comunidad. En Ghana, el sector de los transportes representa el 9% del PIB y desempeña un papel estratégico en la economía del país.

Denominado también «Internet físico», el sector de la logística desempeña un papel decisivo en la competitividad de los países. En el índice de la eficiencia publicado por el Banco Mundial a fines de 2007, se podía leer lo siguiente: «Para acceder con éxito a las cadenas de distribución globales, las empresas deben poder transportar mercaderías más allá de las fronteras con rapidez, con toda confianza y con pocos gastos. Para aquellos que están mal conectados, los costes de la exclusión son importantes y van en aumento. Además, el riesgo de oportunidades perdidas es peligrosamente elevado, especialmente para los países más pobres y sin litoral, muchos de los cuales están situados en África.»

«Nuestra empresa no existiría sin el Correo»

Prestando el servicio universal, los operadores postales son profesionales de la logística que ofrecen a pequeñas y medianas empresas (PIME), y también a grandes empresas, un acceso local a una red global, situándose así como actor imprescindible de la economía regional, nacional e incluso internacional. «Sin el correo y la calidad de sus servicios, nuestra empresa no podría existir», reconoce Pierre Kosciusko-Morizet, cofundador y presidente-director general de PriceMinister, gran sitio Internet de ventas francés.

Cada disfuncionamiento de un correo, ya sea debido a intemperies o a huelgas, recuerda la importancia de un correo que funciona sin deficiencia alguna. Con ocasión de las huelgas del pasado mes de octubre en Gran Bretaña, la prensa nacional refería casi a diario el impacto en las empresas y en los particulares: la clientela tuvo que recurrir aún más al telefax y a la mensajería electrónica, las regiones rurales resultaron aún más aisladas, y algunas personas se encontraron en situación de desempleo técnico, estados de cuenta y facturas quedaron sin pago y editores de publicaciones periódicas se orientaron hacia otras redes de distribución. Según la Cámara de comercio de Londres, el coste de dichas huelgas ascendió a unos 300 millones de libras, sólo para las empresas de la capital.

Proyecto de la OMC

Con ocasión de la conferencia estratégica 2006 de la UPU en Dubai, Pascal Lamy, director general de la Organización Mundial del Comercio (OMC), declaró que «la estrategia de la UPU consistente en integrar las redes física, electrónica y financiera podría facilitar en amplia medida el impulso del comercio mundial». En noviembre de 2007, le tocó al director general de la UPU, Edouard Dayan, participar en el debate anual sobre el programa

«Ayuda al comercio», en la sede de la OMC en Ginebra. Recordó que los servicios postales son una palanca importante del desarrollo económico, por cuanto ayudan a las PME a exportar sus mercaderías con mayor facilidad. También evocó la experiencia de Brasil, donde, en 2006, más de 2000 pequeñas empresas pudieron acceder a mercados exteriores gracias al servicio del operador postal brasileño. «He aquí un indicador concreto del impacto de la red postal en la capacidad de un país en desarrollo para acceder al comercio mundial. Semejantes prácticas aspiran a ser trasladadas a otros países, a fin de que, en lo sucesivo, más empresas puedan exportar sus productos hacia más países», declaró el Sr. Dayan.

Además de ofrecer a los miembros de la OMC una ayuda para adaptarse a las conclusiones de las negociaciones comerciales multilaterales, «Ayuda al comercio» apoya a los países para que aprovechen posibilidades ofrecidas por el comercio internacional. Y con unos 20 000 a 30 000 millones de dólares puestos a disposición cada año, las sumas en juego son enormes. Los miembros de la OMC podrán beneficiarse de ayuda para sus infraestructuras, por ejemplo. Para ello, deberán establecer prioridades: carreteras, redes de telecomunicación, puertos, etc. (véase recuadro).

Red de las redes

El mensaje fue bien acogido. Las esperanzas relacionadas con el sector postal son grandes para el proyecto de la OMC. Los operadores postales disponen de posibilidades importantes para asegurar los servicios de logística necesarios para miles de pequeñas empresas y microempresas en el mundo entero.

Según el economista José Anson, de la Oficina Internacional de la UPU, las redes postales pueden promover el acceso a los servicios de infraestructuras (agua, electricidad, teléfono, etc.). «Si la conexión con los servicios

Ayuda al desarrollo: el sector postal tiene derecho a él

La iniciativa «Ayuda al Comercio» tiene por objetivo ayudar a los países en desarrollo, especialmente los menos desarrollados, para reforzar la capacidad y la infraestructura comercial que necesitan para beneficiarse de la apertura de los mercados. Esta iniciativa forma parte de la ayuda pública al desarrollo, a saber: de las donaciones y préstamos preferenciales concedidos para programas y proyectos relacionados con el comercio. Unos 30 000 millones de dólares serán inyectados en el proyecto de «Ayuda al Comercio» desde el año 2010 en adelante.

Los actores del sector postal podrán beneficiarse de este proyecto y obtener fondos poniéndose en contacto con donantes bilaterales, como por ejemplo la Comisión Europea, o instituciones internacionales como el Banco Mundial. Por ejemplo, el Banco Asiático para el Desarrollo tiene proyectos para mejorar los servicios postales en los países en desarrollo. Básicamente, la «Ayuda al Comercio» depende del país beneficiario. Así pues, los actores del sector postal deberían ponerse en contacto con las instancias comerciales de sus respectivos gobiernos.



En Bhután como en Afganistán, la UPU se ha asociado con la Unión Internacional de Telecomunicaciones para establecer telecentros en las oficinas de correos.

electrónicos y físicos debe convertirse en un medio para reducir la pobreza, se debe reflexionar sobre las coparticipaciones entre redes, a fin de garantizar un mejor reparto de los recursos en numerosas pequeñas y medianas aglomeraciones y en zonas rurales. Semejantes coparticipaciones ofrecen un mejor acceso a los servicios al mismo tiempo que hacen bajar los costes, declaró el Sr. Anson. Las oficinas de correos se convertirían así en importantes centros de negocios o telecentros.» (Véase artículo en la página 12).

Microcomercio internacional

Ahora bien, sería erróneo creer que basta con poner computadoras conectadas a Internet a disposición de personas o de comunidades para desarrollar el comercio. En efecto, la gran mayoría de los telecentros proponen únicamente la búsqueda de informaciones, problema éste destacado en un informe sobre la economía de la información 2007/2008, producido por la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Comercio y el Desarrollo (UNCTAD), que lamentaba el restringido apoyo de los telecentros en materias tales como la publicidad, la contabilidad, las operaciones bancarias, la microfinanza, el procesamiento de los pagos, la importación y la exportación, el acceso al comercio, la gestión y el almacenamiento de los datos, las cuestiones fiscales y la innovación o la investigación y el desarrollo.

Los telecentros deben pues ampliar sus actividades y ofrecer un apoyo individualizado a los particulares. Por ejemplo la construcción de un sitio Web bien referenciado y que abarque todas las informaciones útiles para permanecer en una región podrá tener una influencia positiva en el número de pernoctaciones y el desarrollo del turismo. Del mismo modo, un sitio Web puede actuar de almacén y permitir a microempresas y a pequeñas y medianas empresas desarrollar la venta de sus productos. A imagen del microcrédito, microempresas situadas en países en desarrollo podrían despachar también sus productos por doquier en el mundo. Sitio Web para presentar las mercaderías, mensajería electrónica para hacer los

pedidos y, servicios financieros y de encaminamiento de las mercaderías constituyen los servicios que necesitaría una microempresa para funcionar. «Bastaría con ofrecer todos estos servicios así como consejos especializados para hacer participar dichas empresas en el comercio mundial. Se conocía el microcrédito, ahora el Correo propone el microcomercio internacional», destaca José Anson.

Desafíos a afrontar

Pero ¿cómo instaurar semejante modelo en gran escala? Las transferencias internacionales, y también el envío de las mercaderías, la última etapa de una venta por Internet, plantean, en efecto, desafíos en lo tocante a precios, tiempo y tramitación aduanera, que son otros tantos obstáculos para el comercio Sur-Norte (véase el dossier sobre el comercio electrónico, *Union Postale* 4/2007).

Paul Donohoe, jefe del programa «comercio electrónico» en la Oficina Internacional, es consciente de estos problemas: «Además de su cooperación con la OMC, la UNCTAD y la Organización Mundial de Aduanas, a fin de desarrollar estrategias globales y soluciones para responder a estos desafíos, la UPU y sus miembros trabajan con los mercaderes en línea para definir nuevas normas y mejorar la calidad de servicio y lanzar nuevos servicios que faciliten la expedición y la distribución de artículos comprados por Internet, tanto en los países industrializados como en el sentido Sur-Norte. Nuestro desafío consiste en revisar continuamente las estructuras de las tarifas internacionales para proponer envíos postales a precios abordables desde el Sur hacia el Norte.»

Desafíos que están al alcance de los operadores postales. «Gracias a los fondos puestos a disposición por el programa «Ayuda al comercio», que ellos deben recabar, los operadores podrían mejorar considerablemente la calidad de servicio, contribuir más al desarrollo del comercio mundial, asegurar un acceso local a la red mundial de la logística y desarrollar así el microcomercio internacional, nuevo modelo económico», termina diciendo José Anson.

Transformar los centros de negocios en oficinas de correos

.....

El Correo de Botswana acaba de abrir 15 centros de negocios en oficinas de correos. Llamados «Kitsong centres», ofrecen, además de servicios postales ordinarios, servicios de edición, de fotocopia, de encuadernación y de acceso a Internet. Todo lo que una persona necesita para responder a una licitación estatal. «Proyectamos también desarrollar para cada oficina de Correos un sitio Web comunitario que abarque informaciones sobre las empresas de la región o los servicios del gobierno (hospitales, policía, etc.), destaca Ned Phatshwane, responsable de la red postal de Botswana. Hemos adoptado esta iniciativa, sin ayuda exterior, a fin de responder a las demandas de nuestra clientela. Esta es la razón por la cual estamos desarrollando los servicios financieros en nuestras oficinas, para transformarlos en una especie de minibancos, y concertamos también contratos de electricidad y de seguros.»

Para el canadiense Richard Fuchs, especialista de los telecentros en el Centro de investigaciones para el desarrollo internacional, «con pocas excepciones, los telecentros representan inversiones de tipo social necesarias antes de lanzarse a un mercado. Contribuyen a desarrollar el mercado y a sensibilizar las comunidades en diferentes sectores. »

Como quiera que la interconectividad de las redes y la eficacia son esenciales, la UPU trabaja ya desde hace algunos años con diversas instituciones para mejorar las infraestructuras postales y facilitar el acceso a los servicios de comunicación. Con la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT), ha lanzado varias iniciativas para reforzar el acceso a las tecnologías de la información y de la comunicación, especialmente en Afganistán y en Nepal.

En Bhután, la UIT y la UPU se han asociado con empresas postales y de telecomunicaciones del Reino así como con el Gobierno Indio para conectar oficinas de correos, algunas de las cuales están situadas en zonas aisladas del país. Actualmente, 42 oficinas de correos están conectadas con Internet, de las cuales 36 son centros de Internet comunitarios que proponen diversos medios de comunicación, e incluso un servicio innovador de correo híbrido que permite acelerar los intercambios de informaciones en las zonas más remotas. Así pues, estas oficinas de correos han ampliado considerablemente su oferta. **LW**

Sector Postal

Actor en el mercado mundial

-
- Los servicios postales del mundo entero emplean a unos 5.5 millones de personas.
 - Con unas 660 000 oficinas de correos, la red postal es una de las más extensas del mundo. Casi la mitad de estas oficinas son dirigidas por personas que no forman parte del operador postal público.
 - El tráfico de encomiendas registró un incremento de un 4,8% con respecto a 2005, alcanzando un total de 6235 miles de millones de envíos en los servicios nacional e internacional juntos,.
 - En el 28% de los países miembros de la UPU, los Correos ofrecen servicios logísticos (el 26% de los países en desarrollo y el 36% de los países industrializados).
 - El sesenta por ciento de los operadores en el mundo entero ofrece servicios basados en Internet (el 56% en los países en desarrollo y el 86% de los países industrializados).
 - Una proporción del 69% de las oficinas de correos permanentes o móviles ofrece servicios financieros.
 - Desde el año 2000, las disposiciones del Acuerdo general sobre el comercio de los servicios abarcan los servicios de correo y de mensajerías y, por consiguiente, los servicios postales. En 2006, la Organización Mundial del Comercio (OMC) ha otorgado a la UPU el estatuto de observador ad hoc en las reuniones de su Consejo del comercio de los servicios para todos los dossiers relativos a los servicios postales. La UPU ha participado también activamente en la iniciativa «Ayuda al desarrollo» organizada por la OMC en Ginebra en noviembre de 2007.
 - La UPU y la Organización Mundial de Aduanas trabajan juntas desde hace años para facilitar un comercio mundial libre y seguro. Las dos organizaciones renovaron su colaboración en setiembre de 2007 firmando un nuevo acuerdo de cooperación, el cual les permitirá actuar más estrechamente para la modernización de los procedimientos aduaneros y postales.

El porvenir de los envíos de correspondencia

.....

Ante el asalto de las nuevas tecnologías, ¿acaso el servicio de envíos de correspondencia está destinado a desaparecer o sabrá conservar su puesto en el seno de la actividad postal?

.....

Por
Dora Precup

.....

Ilustración:
Sascha
Tittmann

Un medio de comunicación no reemplaza nunca totalmente a otro, los envíos de correspondencia siguen desempeñando un papel de primera importancia en el mercado de la comunicación. Perfeccionando sus estrategias y proponiendo nuevos servicios, los operadores postales reposicionan los envíos de correspondencia como un servicio flexible, cada vez más orientado hacia la mercadotecnia y adaptado a las nuevas tecnologías.

Efectivamente, a pesar del impacto de las nuevas tecnologías en los volúmenes de correo y la parte del mercado de la comunicación que los correos conservan, los envíos de correspondencia siguen siendo muy utilizados. Integrado por cartas y pequeños paquetes hasta de 2 kilogramos, y también por periódicos y libros, este sector de actividad sigue generando la mayoría de los ingresos postales en todas las regiones del mundo, excepto en Asia/Pacífico, donde los servicios financieros postales dominan.

Entre 2000 y 2006, los volúmenes de envíos de correspondencia permanecieron estables en los países industrializados y en América Latina. Incluso experimentaron un rápido incremento en los países en desarrollo



Al momento de ingresar este artículo en la prensa, la empresa Pitney Bowes publicaba un nuevo reporte sobre el futuro del correo: http://www.postinsight.com/files/MAILTRENDS_final_2008_v10-1.pdf

línea, pago de facturas o consulta de los estados de cuentas por Internet), varios estudios demuestran que las personas siguen confiando en el correo tradicional.

En un sondeo del correo danés en 2007, el 75% de los encuestados dicen que prefieren recibir las informaciones de las empresas o de los organismos públicos por vía postal más que por correo electrónico. La comunicación de las empresas les parece más seria si pasa por el correo que si pasa por la computadora.

El mismo son de campana se oye por el lado de la empresa Pitney Bowes. En un estudio efectuado el año pasado, el analista Alex Fu indicaba: «Aunque aproximadamente el 90% de los consumidores en Estados Unidos y más del 70% de los de Europa recurren a los soportes de papel y electrónico para recibir y liquidar sus facturas, siguen prefiriendo en amplia medida, el papel.»

Otro sondeo de Pitney Bowes, realizado en 2007, confirma también el lugar privilegiado del correo tradicional. En efecto, el 73% de las personas interrogadas prefieren recibir por correo la publicidad para nuevos productos u ofertas de las sociedades de las que son clientes, frente a un 18% que eligen el correo electrónico. Un hecho sorprendente, es que cuando se trata de recibir informaciones no solicitadas de empresas de las que no son clientes, el 70% de las personas encuestadas responden a favor del correo tradicional.

«Este estudio nos demuestra con claridad que el correo sigue siendo la herramienta de mercadotecnia más eficaz para comunicar con una clientela», afirma Stacy DeWalt, vicepresidenta de la mercadotecnia y del desarrollo de los mercados en Pitney Bowes.

Explorar el potencial del correo publicitario

En efecto, la publicidad directa representa actualmente una parte importante del tráfico postal. Según los datos de la UPU, por lo menos el 38% de los envíos de correspondencia del servicio interior están integrados por correo publicitario, frente a un 8% para los envíos de correspondencia internacionales. Orientado hacia la mercadotecnia directa, el servicio de envíos de correspondencia ofrece a las empresas la posibilidad de construir una relación de larga duración con su clientela.

Por ejemplo, el servicio Direct Mail del correo belga propone direcciones locales en los países de destino y por consiguiente la ocasión de familiarizarse con un público cada vez más heterogéneo. Eligiendo una «presentación local» para sus envíos de publicidad directa, las empresas están seguras de obtener la atención esperada de parte de sus clientes internacionales. En los mercados donde el sector publicitario está experimentando un fuerte impulso, el correo ofrece un enorme potencial. De este modo, los correos tunecino, marroquí y chino, por ejemplo, se benefician de una infraestructura que permite realizar este potencial: centros de distribución especiales para la publicidad directa, bases de datos o agencias asesoras para los clientes.

Número global de envíos de correspondencia (miles de millones de envíos)

Servicio interior

2000	434,1
2001	436,2
2002	426,4
2003	424,0
2004	426,8
2005	429,8
2006	433,6

Servicio internacional (recepción)

2000	7,5
2001	7,0
2002	6,2
2003	6,0
2004	5,8
2005	5,6
2006	5,5

Productos de explotación (miles de millones de DEG)

2000	157,2
2001	156,6
2002	159,9
2003	164,1
2004	175,2
2005	181,2
2006	204,8

Al 31 de diciembre de 2006, 1 DEG = 1.50 USD.


Fuente: Estadística de los servicios postales 2006, UPU.

Nuevos productos

Las nuevas tecnologías permiten también el desarrollo de productos innovadores. Los servicios postales optimizan la concepción, la fabricación y el envío de los documentos e innovan en la oferta de los servicios.

El correo híbrido, cartas o publicaciones impresas al más próximo de los destinatarios a partir de datos electrónicos suministrados por el cliente, ofrece soluciones a la tecnología de vanguardia. Desde el año 2005, ha registrado una tasa de adopción anual de un 14% entre los operadores postales, lo cual demuestra el gran interés que este servicio implica para conservar partes de mercado de los envíos de correspondencia y reemplazar las pérdidas de ingresos inherentes a las reducciones de volumen del correo tradicional.

Actualmente, el 22% de los países proponen un servicio de correo híbrido en su territorio, frente a un 13% para el servicio internacional. El volumen de correo híbrido internacional sigue, sin embargo, siendo escaso: parece ser que viene a ser de un 1%, según Deborah Spring, jefa del servicio del correo híbrido internacional en el correo australiano. Pero la que preside un grupo de



¿Dónde está su tarjeta postal?

Esta es una nueva manera de encontrar correspondientes. El sitio Web www.postcrossing.com permite enviar verdaderas tarjetas postales, de papel, a internautas, y también recibirlas de ellos. Unas cuantas pulsaciones bastan para obtener una o varias direcciones de correspondientes. Por cada tarjeta enviada, usted recibe otra. En el momento de imprimir este artículo, 40 000 personas de 178 países estaban inscritas en el sitio, y más de 900 000 tarjetas postales habían sido entregadas al Correo. El sitio permite seguir en un mapamundi los trayectos recorridos, localizar a los miembros y conocer sus preferencias para la elección de las imágenes o para elegir sellos. ¿Por qué dicho sitio? «A muchas personas les gusta recibir verdadero correo, escribe su autor. El placer inherente a la recepción de tarjetas postales procedentes de diferentes lugares del mundo, a veces poco conocidos, transforma su buzón en una verdadera caja de sorpresas. ¿Y a quién no gusta esto?» **LW**

trabajo para desarrollar un servicio de correo híbrido global, bajo los auspicios del grupo de los usuarios de los servicios electrónicos adelantados de la Cooperativa Telemática de la UPU, alberga grandes esperanzas para este mercado.

«El correo híbrido podría ayudar a los operadores postales a proteger su parte de mercado en lo tocante a los envíos de correspondencia e incluso recuperar lo que les ha arrebatado la competencia. Para ello, sin embargo, es necesario, con la ayuda de la UPU, asegurar la interconexión de los sistemas y el intercambio de bases de datos entre los correos, gracias a normas y una reglamentación internacionales.»

Otra opción de los operadores para salvaguardar los ingresos originados por la carta tradicional: desarrollar su equivalente electrónico, como la carta certificada electrónica, que ha experimentado progresos en el transcurso de los últimos años. MAILEVA, filial de La Poste francesa, es una plataforma de gestión del correo vía Internet. El envío de una carta certificada electrónica permite la toma a cargo por los servicios postales, los cuales suministran después una prueba electrónica del depósito con el sello del correo que da fe. Con la ayuda de los medios técnicos e informáticos, los servicios postales garantizan un archivo legal y duradero, que facilita así el intercambio de documentos entre las empresas y los particulares.

El gran desafío: la calidad de servicio

La calidad de servicio es, por último, un elemento clave del desarrollo postal. El servicio de envíos de correspondencia debe ser eficiente frente a los nuevos servicios propuestos por la competencia. La situación es inquietante

en África y en América Latina, donde los operadores privados poseen una gran parte del mercado postal. En efecto, mientras la parte de mercado de los operadores designados en América Latina, sin contar a Brasil, se sitúa entre el 10% y el 40%, no se conoce bien o se conoce difícilmente la amplitud del mercado postal en conjunto, debido a la falta de datos.

En opinión de Rudy Cuadra, jefe del programa regional para América Latina y el Caribe en la Oficina Internacional, es importante formular estimaciones generales sobre el mercado postal, a fin de adoptar las medidas necesarias para mejorar el sistema. Los planes integrados de desarrollo postal elaborados por la UPU instauran las estructuras necesarias para reglamentar el mercado y ayudar a los operadores a mejorar la eficiencia de sus servicios y a competir en pie de igualdad.

Confrontados con una competencia desleal, los correos de Burkina Faso y de Côte d'Ivoire han comprendido que sus estrategias deben servir a los intereses de la población. Han comenzado negociaciones entre los servicios postales y los pequeños poblados, a fin de garantizar un servicio de calidad. Como así lo destaca Koutou Sommanogo, el servicio de recogida, de procesamiento y de distribución rápida Post'Eclair ha permitido al grupo Sonapost conservar o reforzar la relación con sus clientes. Un segundo objetivo consiste en hacer evolucionar el servicio de apartado de correos. En opinión de Yoffo Antoine, adscrito a la dirección de relaciones internacionales, la distribución del correo a domicilio es una prioridad para volver a lanzar la actividad del servicio de envíos de correspondencia en su país.

La resistencia del arte epistolar

.....
¿Acaso la carta personal ha dejado de existir? Internet y el teléfono móvil obligan a decir que, ciertamente, ha perdido terreno. Sin embargo, numerosos ejemplos siguen dando testimonio de su particular papel en la comunicación.

.....
**Por
Dora Precup**

Resulta difícil saber con exactitud cuántas cartas personales o tarjetas postales forman parte del volumen global de envíos de correspondencia, pero los operadores postales de los mayores países industrializados estiman que la correspondencia interpersonal constituye entre un 5 y un 11 % de los volúmenes que ellos tratan.

Actualmente, tomar la pluma, comprar un sobre o elegir su sello preferido se consideran con frecuencia como una práctica obsoleta o romántica. Pero la carta personal (incluidas las tarjetas de felicitación y las tarjetas postales) sigue siendo un medio de comunicación familiar e insustituible. Su carácter personal y auténtico le confiere un valor inigualable.

En Estados Unidos, donde el servicio postal trató más de 200 mil millones de envíos de correspondencia (servicio interior) en 2006, es decir el mayor tráfico del mundo, la Asociación de los distribuidores de tarjetas de felicitación (Greeting Card Association), que representa a más de 280 fabricantes y proveedores de tarjetas de felicitación en Estados Unidos y en las demás partes del mundo, estima que los consumidores estadounidenses compran actualmente siete mil millones de tarjetas de felicitación. Por otra parte, se estima que el 70 % de las mismas son enviadas por Correo.

Si bien 500 millones de tarjetas electrónicas son enviadas anualmente en el mundo, la asociación estima que una tarjeta de este tipo reemplaza raras veces a una tarjeta tradicional. «Si bien los estadounidenses son muy adictos al correo electrónico, a los mensajes de texto y a las llamadas telefónicas, la mayoría de ellos siguen prefiriendo la antigua y simpática tarjeta o la carta escrita a mano para comunicarse con una persona a quien ellos quieren», se puede leer en su sitio Internet.

Pese a que el arte epistolar parece perder atractivo, numerosos particulares, empresas y operadores postales se esfuerzan por promocionarlo. Empezando por la Unión Postal Universal, que organiza un concurso internacional de composiciones epistolares para jóvenes desde hace ya treinta y ocho años. Cada año más de seis millones de jóvenes participan en esta competición internacional organizada con el concurso de la UNESCO.

Por otra parte, escuelas, fundaciones y talleres de escritura colaboran con los correos para promover el arte de escribir. Los correos australiano, indio y ruso organizan

Cartas para defender los derechos humanos

cada año su propio concurso epistolar sobre un tema preciso.

En Francia, el Festival de la correspondencia de Grignan, organizado en homenaje a Madame de Sévigné, célebre escritora de cartas del siglo XVII, propone numerosas actividades invitando a las personas a tomar la pluma para escribir a un amigo, a un pariente o a un desconocido. Las cartas son distribuidas después gratuitamente en el mundo entero.

Este año, el Servicio Postal de Estados Unidos (USPS) se asocia a la cadena HBO para promover el arte epistolar en el marco de una teleserie que versa sobre John Adams, segundo presidente estadounidense, que escribió más de 1100 cartas a su esposa en el transcurso de su vida. En febrero y en marzo, aproximadamente tres mil millones de cartas serán franqueadas con un sello que retoma una frase célebre de Adams: «no vacilemos en leer, pensar, hablar y escribir». «El correo estadounidense adopta un nuevo enfoque en esta era de mensajes instantáneos y electrónicos para hacer valer la potencia de un mensaje manuscrito», declara el portavoz de USPS.

Eva Lia Wyss, de la universidad de Zurich, apunta también en este sentido: «ante la competencia ejercida por los nuevos medios en el campo de la comunicación privada, la carta manuscrita presenta un valor particular. Para su autor como para su destinatario, transporta un suplemento de emoción. El placer de escribir sólo se puede comparar con el de esperar abrir una carta y con el de descubrir el contenido de la misma», constata esta doctora en filosofía.

.....
«Todo individuo tiene el derecho a la libertad de opinión y de expresión, lo cual implica el derecho a no ser molestado por sus opiniones y el de buscar, recibir, y difundir, sin consideración de fronteras, las informaciones y las ideas por cualquier medio de expresión, sea éste el que fuere.»

En este año del 60º aniversario de la Declaración Universal de los Derechos Humanos, el papel del sector postal en la aplicación del artículo 19 de la Declaración es evidente. Asegurando la distribución del correo por doquier en el mundo, los operadores costales contribuyen a su manera a la libertad de expresión, y numerosas cartas escritas cada año ayudan a las personas cuyos derechos son conculcados.

El maratón anual de cartas, organizado por Amnesty Internacional, se ha convertido así en un medio eficaz de defensa de las víctimas de violaciones de los derechos humanos. Lanzado en 2001 por la sección polaca de Amnesty International, el maratón reúne cada año a miles de participantes por doquier en el mundo. En 2007, más de 40 países participaron en él, es decir que más de 200 000 cartas fueron enviadas a gobiernos, pidiéndoles que liberen a personas encarceladas o mejoren sus condiciones de vida.

«El año pasado, el maratón de las cartas mejoró la situación de cuatro de las ocho personas objeto de nuestra acción», indica Eric Bürki, de la sección suiza de Amnesty International.

El maratón se desarrolla durante la semana que precede al Día Internacional de los Derechos Humanos, celebrado cada año el 10 de diciembre. Se organizan acciones públicas en las escuelas y los centros comerciales, a fin de incitar a las personas a que participen en esta acción mundial y simultánea. **RL**



**Amnesty
International**
Para los derechos humanos

La carta, es...

Una prueba de autenticidad

Cuando los familiares y allegados de Ingrid Bentancourt, antigua candidata a la presidencia colombiana que se encuentra en cautiverio en la jungla desde hace ya seis años, recibieron en el pasado mes de noviembre una carta de doce páginas, ello era una prueba de que seguía viviendo. Leer esta misiva fue algo «muy fuerte», confesó su esposo, quien reconoció el estilo y la escritura de la rehén franco-colombiana. Las personas vieron en el mundo entero en esta «carta ciento por ciento personal» un símbolo universal de fuerza y de valor.

Una prueba de amor

En un artículo escrito en el *Washington Post*, Chloe Kaplan describía el año pasado el placer experimentado al recibir, semana tras semana, bonitas cartas adornadas por su madre. Estas cartas tienen una calidad estética excepcional. «Mi madre, más que cualquier otra persona, me ha enseñado a embellecer la vida. Consigue transformar una desgracia en un relato fascinante... Transforma lo ordinario en algo extraordinario. A

veces, me gusta pensar que me encuentro en ella. Cuando esto sucede, sonrío y le escribo una carta. Y, claro está, la introduzco en un sobre muy adornado.»

Una prueba de compromiso

La línea aérea Southwest Airlines, como otras empresas, utiliza la carta para explicar a sus clientes las causas relacionadas con las deficiencias de servicios. Los expertos en comunicación saben que, en algunas situaciones, una carta se presta mucho mejor que un correo electrónico.

Un documento biográfico

Una carta relata, informa, refleja la época en la cual uno expresa sentimientos. Para los biógrafos, la carta manuscrita constituye un documento indispensable para relatar fielmente la vida de una persona.

Una prueba del pasado

En Messein, en Francia, se encontró una carta dentro de una botella de cerveza Champigneulles. Esta misiva fue fechada en Oklahoma City, el 15 de julio de 1918. Se trata de un sobre y de cuatro hojas manuscritas

dirigidas por «tía Pete» a su sobrino, el sargento Morres Vickers Liepman. Este documento personal, reflejo de la época, evoca la situación económica de Estados Unidos, las dificultades de la guerra, el alistamiento masivo o el peligro de la censura. Como cualquier otro vestigio de la guerra, este correo se ha convertido en un verdadero objeto arqueológico.

Una prueba de respeto

Pese a esta tendencia que estimula la introducción de mensajes de pésame en sitios Web, los especialistas de la etiqueta convienen en decir que la carta pasa por delante de los correos electrónicos y los telemensajes cuando se trata de expresar deseos solemnes.

Una prueba de amistad

Para anunciar un cumpleaños o una boda o transmitir felicitaciones con ocasión de fiestas, la tarjeta de felicitación es muy apropiada. Por término medio, un estadounidense recibe unas 20 tarjetas al año. ■■

Regreso hacia el futuro

.....

El sector postal evoluciona, antiguos y nuevos actores invierten en las nuevas tecnologías o en los equipos más modernos para responder siempre mejor a las necesidades de la clientela. ¿Qué es lo que persiste? ¿Qué es lo que cambia? Tendencias e innovaciones

Facilitar la producción de correo

Escribir, direccional, imprimir, firmar, doblar, introducir en sobre, cerrar y franquear, las etapas cronográficas de la producción de una carta no se recorren pulsando la tecla «Entrada» de un teclado. Para facilitar la producción de los envíos de correo, hay empresas que proponen programas de direccionamiento, impresoras ultramodernas, máquinas de doblar capaces de procesar 12 000 sobres por hora, dispositivos de «doblado y cierre de hoja única» y máquinas de franquear. Habiendo reconocido la masa de trabajo, empresas y operadores postales ofrecen servicios de correo híbrido que permiten a los clientes externalizar todas estas etapas de la preparación del correo. El mismo servicio se ofrece también en la otra punta de la cadena. El correo que llega es abierto, escaneado, enviado electrónicamente a su destinatario y archivado.

.....

Escáner cromático de alto rendimiento con una bandeja de alimentación única integrada en una oficina de procesamiento rápido del correo OPEX. En una sola etapa, el operador puede abrir, extraer, identificar, escanear, orientar, clasificar e imprimir una copia de verificación.

.....

Por
Laurent Widmer





.....
Las estaciones de encomiendas de Keba, utilizadas por los correos de Alemania, Austria y Noruega, permiten retirar y depositar envíos en lugares accesibles a cualquier hora.

El correo omnipresente

Con frecuencia ausentes de su domicilio, los clientes que efectúan sus compras en línea – de día, de noche o el domingo – quieren un acceso ampliado para retirar sus encomiendas. Se acabaron los avisos en el buzón particular para anunciar el paso del correo. Los clientes pueden ahora retirar sus encomiendas en kioscos, estaciones de servicio, estaciones y cada vez más en consignas automáticas. Las encomiendas son depositadas en una especie de consigna para equipajes cuyas casillas se abren mediante un código de barras o una combinación de cifras o de letras depositada por el cartero en el buzón particular o enviada directamente por correo electrónico o SMS. Ventajas para el cliente: entrega o depósito de noche como de día, seguridad, discreción y la posibilidad de hacer entregar sus encomiendas en la estación elegida, incluso durante un viaje de negocios o vacaciones. Para los operadores, las ventajas son también numerosas: entrega a cualquier hora, menos tentativas de entrega sin éxito, automatización de toda la cadena logística, costes menos elevados de logística y de distribución, posibilidad de ofrecer la retirada de envíos contra reembolso o certificados, pago por tarjeta y reducción de emisión de CO₂. Estos kioscos permiten también enviar encomiendas, cartas o envíos certificados, comprar sellos u obtener informaciones sobre las tarifas y los códigos postales, acceder a los servicios financieros, seguir un envío o efectuar además otros servicios postales.



.....
Las máquinas de clasificación son cada vez más eficaces. El número de cartas clasificadas por hora ha aumentado de 36 000 a 60 000 en diez años.

Clasificación del correo: siempre mejor, siempre más rápido

Al principio de los años 90, las máquinas de clasificación procesaban hasta 36 000 cartas por hora. Diez años más tarde, este número casi ha doblado gracias al desarrollo de tecnologías en materia de reconocimiento de escritura. Esta técnica ha sido considerablemente mejorada para la lectura de escrituras manuscritas. En diez años, ha pasado de una tasa de lectura de un 2% a un 88% y de un 35% a un 93% para las escrituras mecanográficas, según Lockheed Martin. Las direcciones que no pueden ser leídas automáticamente son captadas por empleados adscritos a la videocodificación, sistema utilizable también a distancia. Incluso es posible la codificación vocal, por ejemplo para clasificar las encomiendas con destino al extranjero. En lugar de teclear el nombre de un país en un teclado, basta con pronunciarlo en voz alta para que el sistema lo reconozca.

Mientras antes sólo descifraban el código postal y el lugar, las nuevas máquinas de clasificación leen la dirección entera y la comparan con una base de datos integrada. Semejante evolución permite la clasificación secuencial de las cartas según la gira del cartero, o el redireccionamiento automático de los envíos en caso de cambio de dirección. Gracias a estas innovaciones, el número de envíos a clasificar o a distribuir puede ser conocido de antemano, permitiendo así una mejor planificación de los recursos en los centros de clasificación o de distribución.

.....
Muchos carteros siguen trasladándose en bicicleta, vehículo éste que podría aprovecharse de la oleada verde para llegar a ser aún más popular entre los operadores.
.....

El nuevo escáner de Motorola tiene una función GPS para localizar encomiendas o empleados y asegurar la retirada o la distribución de envíos en el lugar exacto y en el momento oportuno.

Eficacia y servicialidad

Debido a que puede representar más del 50% de los costes de un envío, la distribución al destinatario es una etapa clave para los operadores postales. Mientras los sistemas de distribución a través de consignas automáticas o en agencias postales (véase más arriba) de desarrollan, la mayor parte de los envíos se distribuyen aún en un buzón particular convencional o en el umbral del domicilio. Los software de geolocalización permiten simplificar la gira de un cartero y elegir el mejor modo de transporte. Y, aunque resulte extraño, la bicicleta no ha desaparecido de los cuadernos de pedidos. Hay incluso quien predice que la bicicleta tiene un brillante porvenir. Equipada con una batería, la bicicleta sigue siendo un competidor del scooter eléctrico, que va apareciendo en algunos países para las giras de reparto.

Entre tradición y modernidad

La distribución no ha cambiado fundamentalmente. Las carretillas, las carteras y los guantes siguen ocupando su lugar en la panoplia de las herramientas de trabajo del cartero. Sin embargo, el escáner ha llegado ya a ser la herramienta imprescindible para una distribución de calidad, ejerciendo la función de lector de los códigos de barras, y también de teléfono, de GPS (que permite conocer la posición del cartero y al cartero seguir un itinerario sin extraviarse), e incluso de aparato fotográfico para un eventual daño sufrido por una encomienda. Algunos modelos leen también las microplaquetas RFID, pues etiquetas inteligentes van apareciendo en envíos y en los buzones particulares en algunos países.





Para un pago equitativo

Se plantea con frecuencia la cuestión de cómo un país es remunerado por procesar, transportar y distribuir el correo internacional que llega de otros países y viceversa.

Por
Rhéal LeBlanc

Fotos:
**Daniel
Wietlisbach**

Para calcular las compensaciones financieras otorgadas a los países, la UPU utiliza el sistema de los gastos terminales. Instaurado por primera vez en 1969, este sistema sigue evolucionando de un Congreso Postal Universal a otro. En el Congreso de Bucarest 2004, los países miembros adoptaron un sistema tendente a cubrir los costes reales de procesamiento del correo. Por otra parte, ha sido firmemente establecida la relación entre la remuneración recibida y la calidad del servicio prestado.

Partiendo del principio de que los países no se encuentran todos al mismo nivel de desarrollo, procesan volúmenes de correo muy variables y aplican tarifas o cubren costes diferentes, el enfoque consistía en que los países en proceso de desarrollo y los menos adelantados alcanzaran, por etapas, de aquí al año 2013, la meta ya alcanzada por los países industrializados.

Paul Epiney, de Suiza, preside el grupo de trabajo «gastos terminales» de la UPU, encargado de hacer evolucionar el sistema adoptado en Bucarest y presentar una proposición al Congreso de 2008. explica los principales cambios que caracterizan esta proposición y los desafíos encontrados en el transcurso de su elaboración.

Describe brevemente el impacto del sistema de los gastos terminales en los países. ¿Por qué se trata de una de las cuestiones más importantes abordadas en la UPU?

A mi modo de ver, es uno de los proyectos más importantes de la organización, pues afecta al bolsillo de los países. Se trata de la remuneración otorgada por el procesamiento y la distribución de los envíos de correspondencia internacional, actividades que representan aproximadamente el 70% del coste del franqueo. Los gastos terminales constituyen ingresos esenciales para los operadores postales que les permiten asegurar el servicio postal en sus países.

¿Cómo el grupo de usted ha conseguido trabajar sobre este asunto tan importante tomando en cuenta los intereses de todos?

Basándonos en la resolución C46/2004, orientada hacia la cobertura de los costes reales, hemos colocado la meta a gran altura. Además, negociar con 191 países, exige con frecuencia conseguir compromisos. Así pues, hemos celebrado numerosos encuentros

durante las reuniones del Consejo de Explotación Postal (CEP) y del Consejo de Administración (CA), dos talleres de trabajo en Berna, así como reuniones del Comité Directivo, a fin de reunir todos los puntos de vista. Mesas redondas regionales, incluso una última de envergadura mundial, han permitido también afinar la proposición. Sobre esta base, hemos desarrollado una proposición que se acerca lo más posible al objetivo de la resolución. Si bien hemos dado un paso en la buena dirección, queda aún mucho por hacer. Este trabajo se proseguirá después del XXIV Congreso de la UPU.

¿Cuáles han sido los mayores desafíos para llegar a una proposición al Congreso?

Ha habido muchos. En primer lugar, era necesario entenderse acerca de los principios más importantes. Llegamos a fijar ocho, uno de los cuales consistía en instaurar un sistema que preservara los ingresos para el mismo nivel de los intercambios de correo, lo cual constituía una preocupación especial de los países en desarrollo. Han sido necesarios dos



años para fijar estos principios. Después, sobre esta base, hemos realizado detenidos estudios sobre los mercados, los servicios especiales, las tarifas y los costes, por ejemplo, y ello gracias a la ayuda de la Oficina Internacional. El estudio que versa sobre los costes reales de procesamiento del correo internacional en cada país no ha dado resultados muy concluyentes. Como quiera que algunos operadores se cotizan en bolsa, los accionistas no desean desvelar los costes de la empresa. Otros, por carecer de un buen sistema de contabilidad analítica, conocen mal sus costes reales. Esto ha complicado la instauración de un marco para proseguir hacia delante. Así pues, hemos decidido basarnos en las tarifas del servicio interior para los países industrializados y conservar la solución actual para los países en desarrollo, que consiste en pagar los gastos terminales según una tasa fija adaptable con el correr de los años. Esta era nuestra única opción, a fin de desbloquear la situación. Intentaremos realizar un nuevo estudio sobre los costes durante el próximo ciclo. La nueva clasificación de los países,

examinada por un grupo del Consejo de Administración encargado de estudiar las cuestiones de gobernación, ha constituido otro gran desafío. Sobre este asunto, Francia y la Oficina Internacional han realizado en excelente trabajo. El gran mérito de la solución encontrada, es que países en desarrollo llamados más adelantados, como Singapur, los Emiratos Arabes Unidos y Hong Kong (China), entre otros, pasarán directamente al sistema meta. Otros países pasarán por diversas etapas en el año 2012. El Fondo para el Mejoramiento de la Calidad de Servicio, puesto a disposición de los países en desarrollo para financiar proyectos sobre la calidad de servicio, no ha planteado verdaderos problemas. Los países industrializados han manifestado una voluntad real de suministrar medios a estos países manteniendo la existencia del Fondo y aumentando sus contribuciones a través de los gastos terminales pagados.

¿Cuáles son las principales ventajas de la proposición? ¿Responde a la resolución C/46 del Congreso de Bucarest?

A reserva de una aprobación formal por el Congreso, la proposición ha recogido el consenso de los países, que la han aprobado todos con ocasión de las más recientes reuniones del CEP y del CA. Como quiera que el impacto financiero es el nervio de la contienda, hemos conseguido reducir cualquier impacto financiero potencial negativo y proteger los ingresos de la mayoría de los países. Sin embargo, como quiera que cada país es soberano, alguno de ellos podría proponer modificaciones durante el Congreso.

Los países en desarrollo temen, precisamente, perder dinero en el nuevo sistema propuesto. ¿Están suficientemente tranquilizados? Nos hemos esforzado por explicarles bien el nuevo sistema propuesto con ocasión de las mesas redondas regionales. Les hemos ofrecido también la ocasión de comprobar este sistema mediante una herramienta de cálculo previsional. Las uniones restringidas, por otra parte, han estudiado todos los elementos de la proposición, y la Oficina Internacional ha hecho varias exposiciones sobre los impactos financieros en

«Sólo con una contabilidad analítica confiable podremos realmente orientarnos hacia un sistema basado en los costes.»

las regiones. Creo que los países miembros están tranquilizados por cuanto han aprobado la proposición final. El grupo de trabajo, la Oficina Internacional y el Comité Directivo han hecho un excelente trabajo en profundidad en materia de gastos terminales. Ha sido gracias a todos estos expertos como hemos conseguido realizar nuestra apuesta.

¿Existen aún elementos del nuevo sistema propuesto que habrían podido ser mejorados aún más?
Todo es perfectible. No satisfacemos aún por completo todas las exigencias de la resolución C 46, es decir que todos los países formen parte del sistema meta de aquí a comienzos del año 2014. Sencillamente, ha sido necesario dar muestras de cierto realismo y pragmatismo. El buen sentido nos ha guiado, y nos hemos dado cuenta de que necesitaríamos más tiempo para llegar a buen puerto.

Por ejemplo, también habríamos querido incluir en la proposición los gastos de encaminamiento interiores (gastos pagados por el país expedidor por el encaminamiento interno del correo que llega al centro de cambio principal en el país destinatario), pero no hemos podido hacerlo. Examinaremos este elemento con ocasión del próximo ciclo de trabajo. Hemos debido hacer concesiones en interés de los países miembros. En 2004, fue fija-

do un plazo de diez años (1º de enero de 2014) para facilitar la integración de todos los países en el sistema meta. Sin embargo, nos hemos dado cuenta de que las cosas iban más lentamente de lo previsto. Para algunos países en desarrollo y menos adelantados, el vencimiento del plazo ha sido aplazado. Es un elemento importante del trabajo que se debe hacer en el marco de los gastos terminales. El tren se ha puesto en marcha, y sigue su camino, pero hay varias estaciones. No llegaremos mañana al punto de destino, pero pasado mañana sí.

¿Cómo va a facilitar la proposición el ingreso de nuevos países en este sistema meta?

La transición se hará gradualmente. Cuando alcancen el sistema meta, los nuevos países no se someterán inmediatamente a las normas actualmente vigentes para los países industrializados. Deberán alcanzar ciertos umbrales. Por ejemplo, habrá un plazo de tolerancia para establecer la relación con la calidad de servicio. Todo se andará paso a paso.

¿Va el sistema de gastos terminales lo suficientemente lejos? ¿Corresponde al mercado actual?

Con frecuencia nos han reprochado que somos pequeños contables (sonrisa). Los gastos terminales

deben inscribirse en un contexto de mercadotecnia. Hay que tomar en cuenta no sólo el aspecto financiero de los envíos de correspondencia, sino también su actividad como mercado. A mi modo de ver, los servicios con valor agregado, con frecuencia inherentes a los envíos de correspondencia, tales como el seguimiento y la localización, los valores declarados o la opción certificada, deben ser tomados en consideración en las discusiones relativas a los gastos terminales. Personalmente, me gustaría ver abierto el tema y ampliado el abanico de la investigación. Este es un deseo expresado por el grupo sobre los gastos terminales y otros países, como China y Australia, intervinieron también en este sentido.

Así pues, ¿podrían los gastos terminales contribuir al desarrollo de los mercados postales?

Absolutamente. Desarrollar los mercados y responder a las necesidades de la clientela. Algunos consumidores aceptarían un plazo de entrega más largo a cambio de mejores tarifas. Hemos realizado un importante estudio al respecto, pero no hemos tenido tiempo de analizar detenidamente los resultados. Este es un tema complejo que hay que explorar más durante el próximo ciclo.

¿Cómo ve usted las medidas contempladas para evaluar la calidad

de servicio y establecer una relación con los gastos terminales?

La máquina está lanzada. Veintinueve países participan ya en el programa de medición de la calidad de servicio en el marco de los gastos terminales, incluidos países en desarrollo como Brasil, Ucrania, Malta, Letonia y Jamaica. Gracias al FMCS, otros países se integrarán en este programa e instaurarán sistemas de control de la calidad. Este es el porvenir de la UPU, y la Oficina Internacional puede desempeñar un papel importante en este sentido. El sistema global de evaluación de la calidad de servicio, en el que trabaja la UPU, será de gran utilidad. Debido a que los países están clasificados en cinco grupos, el sistema será bastante flexible para

que los países que procesan pequeños volúmenes puedan participar en el mismo.

Los objetivos de calidad establecidos para los gastos terminales preocupan a algunos países. ¿Cómo tranquilizarlos?

Debido a que los países están dotados de normas y de objetivos nacionales fijados por el regulador, algunos de ellos encuentran a veces dificultad para aceptar los objetivos de calidad de servicio establecidos para fijar esta relación con los gastos terminales que ellos perciben. Los objetivos internos son incompatibles con los asociados al sistema de los gastos terminales. No son necesariamente contrarios a la idea de fijar un alto nivel de la meta,

pero albergan algunas preocupaciones. Los países miembros deberán pues encontrar un equilibrio, especialmente en el seno del grupo de usuarios «relación con la calidad de servicio», que acaba de ser creado.

¿Confía usted en que el Congreso aceptará la proposición presentada? Algunos países podrían formular otras proposiciones, aunque sin modificar completamente el sistema propuesto. En general, si el CEP y el CA han aprobado la proposición, debería ser aprobada por el Congreso.

El buzón

“Formación bien experimentada”

¡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.

En el correo español, la formación en línea (véase «El plus de la formación a distancia», *Union Postale* 4/2007) está actualmente bien experimentada y muy solicitada por los empleados. Gracias a este método de formación, el correo español ha superado el obstáculo de la dispersión geográfica y estimulado el perfeccionamiento profesional de más de 67 000 empleados.

La formación, especialmente en línea, se ha convertido en un elemento clave de nuestra estrategia. La adopción de nuevas tecnologías y la rapidez con la cual las transformaciones internas deben llevarse a cabo hacen de ella un elemento imprescindible para alcanzar un máximo de personas en un mínimo de tiempo.

En 2002, apenas concernía a 1150 personas y los cursos versaban esencialmente en las herramientas

ofimáticas. Pero la adopción del sistema por los mismos empleados ha permitido aumentar lentamente el número de participantes. Eran 19 000 en 2005 y más de 50 000 en 2007, lo cual representa un 51% del conjunto de las formaciones realizadas.

A medida que la formación en línea se ha reforzado, la oferta de contenidos se ha ampliado: ofimática, aplicaciones y operaciones internas, productos, lenguas, competencias y prevención de los riesgos profesionales. La firma de acuerdos de colaboración con diversas entidades nos ha permitido suministrar a los empleados de las zonas rurales y urbanas desfavorecidas computadoras y conexiones con Internet.

Concepción Lagüela Carballosa

Responsable de la unidad de contratación y formación

Correos España (el correo español)

Panorama

Fin del monopolio

Deutsche Post perdió, el 1º de enero de 2008, su último monopolio, el de la distribución de las cartas de menos de 50 gramos. Los demás Estados miembros de la Unión Europea aplazaron esta fecha hasta el año 2011, e incluso hasta el año 2013. Para los sobres que pesan más de 50 gramos, la liberalización se ha realizado por etapas desde el año 1997. Temiendo ver el mercado alemán erosionado por competidores que proponen remuneraciones irri-

sorias, el partido de izquierda alemán ha luchado en favor de la introducción de un salario mínimo en el ramo y ha alcanzado su objetivo. A raíz de la adopción de esta medida, los Países Bajos anunciaron el aplazamiento de la liberalización total de su propio mercado. En el momento de entregar este texto a la imprenta, dicho país proyectaba liberalizar el sector postal a partir de julio de 2008.

Fuente: le Figaro, Reuters

Unidos para la causa humanitaria

Con ocasión del Foro Económico Mundial en Davos, tres sociedades de transporte y de logística (Agility, TNT y UPS) y las Naciones Unidas lanzaron dos iniciativas para facilitar la asistencia del sector privado con ocasión de las catástrofes humanitarias. La primera iniciativa define 10 normas de conducta para estimular la cooperación entre sociedades privadas y organismos humanitarios. La segunda, ejemplo único de cooperación entre varias sociedades privadas y el sector de la ayuda humanitaria, se traduce concretamente en la intervención de equipos logísticos de urgencia, cuyas misiones abarcan el envío de expertos en logística encargados de la coordinación aeroportuaria, del almacenamiento, de los camiones, de las transpaletas y del transporte. Estos equipos intervendrán durante tres a seis semanas a raíz de una catástrofe natural como un movimiento sísmico, una inundación o una tempestad. La razón de semejante coparticipación se puso de manifiesto en agosto de 2007 cuando Agility, TNT y UPS coordinaron equipos logísticos de urgencia en Indonesia en el marco de ejercicios operativos con el programa Alimentario Mundial.

Fuente: Comunicado de prensa UPS

Namibia: nuevo centro de correo híbrido

El correo namibio abrió en febrero su nuevo centro de correo híbrido, equipado con las más recientes tecnologías para gestionar el correo de las empresas. Creado en 2004, a título de proyecto piloto, el sistema de correo híbrido Nampost reúne actualmente una docena de clientes. En su configuración automatizada, el nuevo centro toma a su cargo el conjunto del procesamiento del correo, permitiendo así a los clientes reducir el tiempo de gestión de sus

envíos. Las empresas envían electrónicamente sus datos, y Nampost imprime las cartas, introduce las declaraciones en sobre, franquea los sobres y clasifica los datos en función de sus destinatarios. Este inversión tecnológica favorecerá la digitalización y la automatización de los servicios postales y ofrecerá oportunidades para las inversiones extranjeras en el sector postal y económico del país.

Fuente: All Africa

Panorama

Correo y telefonía: una primicia

Poste Italiane se convierte en el primer correo del mundo que se adhiere al sector de la telefonía móvil para lanzar su nuevo servicio Poste-Mobile, conjunto de servicios inéditos a partir del teléfono portátil. Gracias a este verdadero «monedero electrónico», fácil de utilizar, propuesto a tres tarifas diferentes según las necesidades de cada cual y totalmente securizado, los clientes pueden transferir dinero a partir de

y sobre tarjetas prepagadas Poste-pay, así como desde y hacia la cuenta bancaria BancoPost, pagar las facturas, controlar los movimientos de la cuenta bancaria o de la tarjeta prepagada, enviar telegramas y acceder a otros servicios de elevado valor agregado, sin tener que desplazarse hasta la ventanilla del correo.

Fuente: Poste Italiane

Africa: las transferencias de dinero en la criba

Para determinar el impacto de los fondos transferidos en las economías africanas, el grupo del Banco Africano de Desarrollo ha efectuado un estudio para determinar el estado global de los flujos financieros dimanantes de la diáspora, identificar los mecanismos que gobiernan el mercado de las transferencias de fondos y cuantificar los flujos y los canales formales e informales utilizados, su repartición y su utilización. El estudio, que versa especialmente sobre Marruecos, Senegal,

Malí y las Comores, describe la estrategia de los diferentes actores concernidos, los emigrantes, sus familias, así como los demás operadores económicos. Dichos países ofrecen a la vez características económicas y sociológicas muy diferentes y comparten fuertes lazos migratorios e históricos con un mismo país industrializado, Francia. Para más amplios detalles: www.afdb.org/diaspora

Fuente: Banco Africano de Desarrollo

Omni-presente

El correo coreano proyecta invertir 180 millones de dólares US este año para modernizar sus operaciones y su infraestructura tecnológica, a fin de crear una «red postal omnipresente». Las adquisiciones relativas al material informático, los softwares, los proyectos de investigación y desarrollo, la creación de una arquitectura moderna y el mantenimiento de las soluciones existentes. Denominados U-Post, los servicios postales recurrirán a 600 lectores y a 40 000 etiquetas RFID para permitir a los clientes seguir y localizar con precisión su correo y sus encomiendas.

Fuente: The Korea Herald

Red externalizada

El correo neerlandés, TNT Post, decidió en marzo reestructurar los servicios postales «externalizando» todas sus oficinas de correo. Las 250 oficinas explotadas actualmente por TNT para asegurar sus prestaciones serán cerradas y reemplazadas por 750 nuevas agencias abiertas en almacenes de venta neerlandeses. Esto no es una primicia para TNT; 1850 puntos de acceso postales se encuentran ya en almacenes de venta.

Fuente: TNT, La tribune.fr

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).



www.solystic.com

Future postal solutions



La red postal

*Para transferencias
internacionales de dinero
a un precio abordable*

