

Impulsando el sector postal desde 1875

UNION POSTALE



Unión Postal Universal,
organismo especializado
de las Naciones Unidas

SEPTIEMBRE DE 2012

N.º 3

.....
Nuevo estudio
sobre los flujos
de correo
internacional

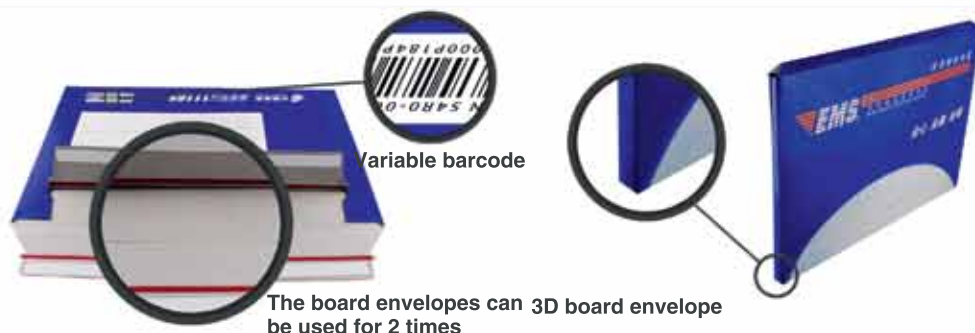
Inclusión laboral:
oportunidades
para todos

ISSN 0041-7009

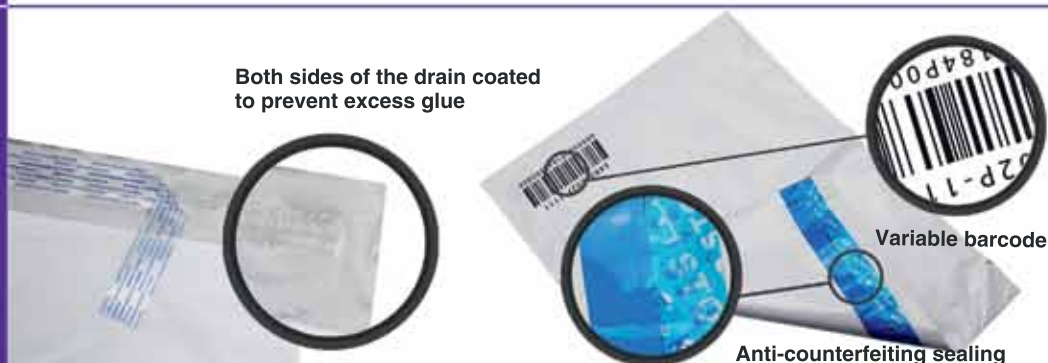


Reforma Postal
En busca del
mecanismo
adecuado

Board Envelope Series



Poly Mailer Series



Bubble Mailer Series



Plastic Seal Series



Packing List Envelope Series



Our other products: Waybill with barcode, Adhesive stickers, Packing tapes, Packaging belts, Bills and so on

Address: No.172 Shangyuan Road, Songgang Industrial District, Qingxi Town of Dongguan, Guangdong, China

Hotline: 4000-836-800 Tel: (86) 769-89151000 Fax: (86) 769-89151002

Web: <http://www.gdtengen.net> E-mail: tinyun@gdtengen.com Msn: tinyun66@hotmail.com

Índice



Cubierta:
istockphoto.com

Tema de cubierta

En busca del mecanismo adecuado

El Plan Integral de Reforma y Desarrollo Postal de la UPU ayuda a los países a revitalizar el sector postal

6

El regulador postal desentraña el mercado argentino

Alfredo Pérez, de la Comisión Nacional de Comunicaciones de Argentina, nos habla de la reforma postal

11

La entrevista

En sintonía con el mundo

El director general de la UPU, Edouard Dayan, reflexiona sobre sus ocho años de mandato

20

Reportajes

Joven griego gana el oro con una carta a Federer

El muchacho, de 14 años, conquista el corazón del jurado del 41 Concurso Juvenil Internacional de Composiciones Epistolares

15

Inclusión laboral: oportunidades para todos

Los Correos luchan contra la discriminación social contratando a discapacitados y parados de larga duración

24

Zambia lanza un proyecto piloto de redacción de la dirección

Unos 14 millones de habitantes del país se benefician del nuevo sistema

27

Perspectiva

La UPU traza el mapa de la globalización postal

Un nuevo estudio analiza los recientes cambios en los flujos de correo

18

Secciones

Apuntes

4

El foco del editor

5

Panorama

24

Perfil

4

Septiembre de 2012

Jefe del Programa Comunicación: Rhéal LeBlanc (RL)

Jefe de redacción: Faryal Mirza (FM)

Colaboradores: José Ansón (JA), Ruby Pratkan (RP), Kayla Redstone (KR), Marc Wolfensberger (MW)

Traducción: Rosa Cifuentes, Rosario Silva

Corrección de pruebas: Rosa Cifuentes

Fotógrafos: Alexandre Plattet

Diseño: Die Gestalter, St. Gallen (Suiza)

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

Apoyo administrativo: Gisèle Coron

Suscripciones: publications@upu.int

Publicidad: faryal.mirza@upu.int

Union Postale es la revista bandera de la Unión Postal Universal desde 1875. Esta publicación policroma se publica cada trimestre en siete lenguas, cubre las actividades de la UPU, las informaciones internacionales y las innovaciones del sector postal. La revista publica también artículos de fondo sobre temas técnicos innovadores, así como entrevistas con los dirigentes del sector. Union Postale se distribuye a los operadores, a los ministerios responsables de los correos y a los reguladores de los 192 Países miembros de la UPU, y en especial a miles de decididores, que consideran la revista como una valiosa fuente de informaciones.

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

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

Impreso en FSC Mixed Sources con papel mediante procesos y tinta respetuosos del medio ambiente. Las opiniones expresadas en los artículos no son necesariamente las de la UPU. La reproducción de extractos de la publicación está autorizada siempre que vaya acompañada de la mención © Union Postale (UPU).

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

Teléfono:
+41 31 350 35 95

Telefax:
+41 31 350 37 11

E-Mail:
faryal.mirza@upu.int

Sitio Web:
www.upu.int

Apuntes

Red postal

Traspiés estadístico



Trabajador postal chino (China Post).

Durante la compilación de las estadísticas de 2011, la UPU advirtió una importante discrepancia entre los datos reportados en 2010 y en 2011 sobre el número de establecimientos postales.

En 2010, como resultado de los datos proporcionados por China Post, la UPU informó de la existencia de un incremento de un 22 por ciento en el número global de oficinas postales, pasando de 600.000 en 2009 a 800.000 en 2010.

De hecho, en el estudio anual de la UPU, China Post informó, y posteriormente confirmó, que tenía operativas 150.792 oficinas postales en 2010.

Pero en el sondeo de 2011, el operador indicó un número mucho más modesto: 13.400 oficinas. Esto provocó una petición de clarificación por parte de la Oficina Internacional de la UPU.

Según un funcionario del departamento de cooperación internacio-

nal de China Post Group, el número de oficinas postales relativo al año 2010 era incorrecto. La cifra que debería figurar era de 12.531 y no de 150.792.

El funcionario se disculpó por el error sufrido, añadiendo que China Post confirmaba que las oficinas que tenía en funcionamiento en 2011 eran 13.400.

Esta clarificación nos lleva a cifrar el número de establecimientos postales a cargo de los Correos de todo el mundo en, aproximadamente, 670.000. **RL.**

Perfil

Rompiendo el molde

Nombre: Sandrine Diffo
Cargo: Centro de Tecnología Postal
Nacionalidad: Camerún



(Fotografía: Alexandre Plattet)

El ingeniero de software es uno de los cerebros que está detrás de los sistemas de control de calidad o software Quality Control System (QCS). Sandrine y sus colegas crean aplicaciones basadas en la web que permiten a los Correos comprobar su rendimiento en la transmisión y distribución de envíos postales u órdenes de pago.

El QCS ayuda al seguimiento de envíos, como por ejemplo los paquetes o las cartas EMS, para ver si están siendo escaneados y chequeados correctamente, y también a resolver cual-

quier problema que pudiera surgir, nos explica Sandrine.

«Yo sabía que sería ingeniero desde que era una niña», continúa Sandrine. «Como yo no podía decidir qué campo de la ciencia debía estudiar, llegué a la ingeniería informática porque esos fueron los primeros exámenes para ingreso en la Universidad que pasé».

Después de completar una licenciatura en ingeniería en su Camerún nativo, Diffo estudió y trabajó en París, Francia. «Cuando llegué echaba mucho de menos mi país. Odiaba el invierno, y quería encontrar tipos de comida que realmente no se pueden cocinar en Europa. Pero ahora ya estoy acostumbrada», nos asegura.

Sandrine vive en Berna con su marido – su amor de la escuela secundaria que también es ingeniero de software – y su hija de tres años. A ella le gusta la ciudad porque le recuerda a su casa en la región montañosa de Camerún occidental.

Estar en minoría como mujer en su profesión no asusta a Diffo, está acos-

tumbrada. «Siempre estuve en clases donde no había muchas chicas, pero eso da a la mujer más razones para ser mejor», añade.

«En Camerún, algunas personas se sorprendían al ver a una joven trabajar como ingeniero de software pero no cuando descubrían que era competente».

A ella le va muy bien en el ambiente Internacional de la UPU. «En África, las personas son muy abiertas y habladoras – es muy similar a esto (la Oficina Internacional), y añade: «Antes de venir, el Correo era para mí escribir una carta y echarla en un buzón. Ahora sé lo que es la interconexión del sector postal y me parece realmente fascinante».

Además del francés y varios dialectos locales de Camerún, Diffo habla inglés y algo de alemán. Se lanza al aprendizaje de idiomas con el mismo entusiasmo que aplica en su trabajo. «Aprendí inglés porque me gustaba y además siempre encontré su vocabulario muy rico». **RP**

El foco del editor

La UPU se encuentra en una encrucijada cada vez que hay un Congreso Postal Universal en el horizonte. En octubre, no sólo se dará un cambio de guardia en lo más alto de la organización sino que también se decidirá la futura estrategia para el próximo ciclo.

Las nuevas tecnologías y las costumbres de la gente a la hora de comunicarse se han traducido en enormes cambios en la forma en la que el sector postal se desarrolla. La reestructuración de los servicios postales y la transformación y modernización de las operaciones son fundamentales en el nuevo orden de cosas.

La capacidad de adaptarse a la realidad del mercado y centrarse a la vez en las necesidades del consumidor, continúa siendo una necesidad fundamental. El Correo, como proveedor de un servicio público, debe pulsar siempre al cliente para saber lo que le mueve, ya sea un individuo o una compañía multinacional.

Uniando fuerzas

Muchos operadores han hecho frente al reto de transformar su negocio para responder a las siempre cambiantes necesidades de los clientes. Otros, también responden, aunque más lentamente, al consejo de moverse con los tiempos. La reforma postal puede ayudar a todas las partes interesadas a enfrentarse al torbellino de las nuevas tecnologías y responder con rapidez a las deman-

das del cliente. Gracias al Plan Integral de Desarrollo y Reforma Postal, la UPU ha contado con medios destinados a modernizar el sector desde sus bases. Hasta la fecha, más de 70 países están utilizando este instrumento que ha dado sus frutos, como revela nuestro Tema de Cubierta.

Nuestra razón de ser

En el último ciclo de trabajo, muchos proyectos e iniciativas dedicados a modernizar el sector postal se han llevado a cabo bajo los auspicios de la UPU. En el corazón de todo ello está la razón por la que le red postal debe fortalecerse y los servicios modernizarse. Esta razón es el público al que servimos, los millones de personas que confían en nosotros, la comunidad postal global. A todos ellos debemos asegurar que sus necesidades de comunicación obtienen una respuesta fiable y a un coste asequible.

En el Congreso, se tomarán muchas decisiones importantes sobre el curso que este sector en transformación debe seguir. No será fácil, pero la futura dirección que ha de tomar la UPU está en buenas manos – está en las manos de sus Países Miembros.

Faryal Mirza, jefe de redacción de Union Postale

Comité Consultivo

IMRG, asociación que reúne a empresas de venta a través de Internet, un nuevo miembro



IMRG es el primer grupo especializado en comercio electrónico que se ha unido al Comité Consultivo de la UPU, un Comité que reúne a las partes interesadas del sector postal que nos son operadores públicos o reguladores, pero que representan los intereses del sector postal en toda su dimensión.

Se espera que las ventas a través del comercio electrónico superen los tres billones de euros en 2013. «El comercio electrónico y la integración de la cadena de suministros son pilares clave de la estrategia postal mundial

que será adoptada por los 192 países miembros en Qatar, Doha, durante el 25º Congreso de la UPU», afirmó el director general Edouard Dayan. «Esperamos tener una fructífera relación con IMRG».

El comercio electrónico transfronterizo aumenta día a día, por ello es más importante que nunca que los minoristas que utilizan este medio trabajen mano a mano con el sector postal, afirma Aad Weening, jefe del área internacional de IMRG. «Una estrecha colaboración entre los operadores postales y una organización tan importante como la UPU es esencial para identificar las barreras y las oportunidades del mercado global y para facilitar el camino a los comerciantes en línea», añade Weening.

Según el último informe de IMRG, las ventas por medio del comercio electrónico en 2011 alcanzaron la cifra de 690 mil millones de Euros (961 billones de dólares USA). **XR**

Cifras clave

205

operadores designados utilizaban códigos de barras en los paquetes, a finales de 2011. Esta cifra era de 167 en 2008.



En busca del mecanismo adecuado

.....
Hace siete años, la UPU lanzó una nueva herramienta para facilitar a los países miembros emprender una reforma postal. ¿En qué medida el Plan Integral de Reforma y Desarrollo Postal (PIDEP) ha entrañado cambios en los países que lo han adoptado?



.....
Por
Faryal Mirza

.....
Ilustración:
istockphoto.com

En el corazón del mandato de la UPU está el acceso a la calidad de los servicios postales para todas las personas a un costo asequible. Sin embargo, los gobiernos han encontrado difícil en los últimos tiempos mantener el servicio universal por una serie de razones. Una de ellas es la ausencia de reglas claras para el sector que tengan en cuenta las condiciones del mercado y las necesidades del cliente. Para asegurar el acceso a los servicios postales y la calidad de los mismos, el sector necesita un marco sólido, y es aquí precisamente donde el Plan Integral de Desarrollo y Reforma Postal (PIDEP) adquiere todo su sentido.

Actualmente, más de 70 países tienen su propio PIDEP. Aunque la UPU acompañe el proyecto a lo largo de su duración, son los propios países quienes lo pilotan. La popularidad del proceso hace que algunos gobiernos estén, finalmente, tomando en serio la reforma postal.

Según una encuesta llevada a cabo en 2010 en 44 países que participan en este proceso de reforma, el 73 por ciento afirma que el PIDEP tuvo «efectos muy positivos para el sector postal, especialmente en lo que se refiere a la concienciación de las altas esferas del gobierno».

El fundamento del PIDEP estriba en que la reforma postal puede ayudar a un país a cumplir las obligaciones derivadas del servicio universal. El proceso pretende guiar a ese país a crear una visión para su sector postal, proporcionándole a la vez las herramientas necesarias para ayudar en la práctica a hacer realidad esa visión.

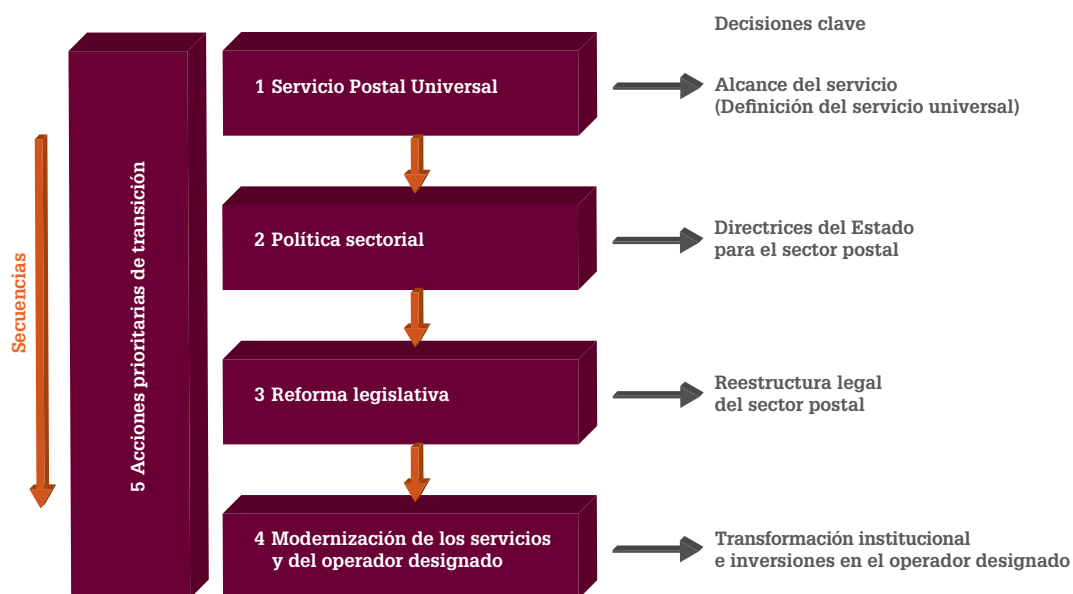
Cómo funciona

El PIDEP fija cuatro etapas fundamentales en la reforma postal. La primera determina el ámbito del servicio postal universal. La segunda, se refiere a la elaboración por parte del gobierno de una política de desarrollo para el sector postal. La tercera, requiere la reestructuración jurídica del sector postal. Finalmente, la cuarta se refiere a la modernización de los servicios postales y del operador designado. Por último, hay un paso suplementario que facilita a los Países miembros emprender acciones prioritarias para impulsar el sector postal, en tanto que se desarrollan las otras etapas.

Por razones históricas, el sector postal se ha quedado atrás en relación con otros sectores que ofrecen servicios públicos. En determinados países, el sector postal estaba en un segundo rango, por detrás de las telecomunicaciones y la electricidad. Estos sectores tenían su propia dinámica y, a menudo, los gobiernos eran incapaces de ver que el sector postal podía ser también un motor para la economía. «El PIDEP ayuda a mostrar a los gobiernos que el sector postal puede jugar un papel fundamental en el crecimiento de la economía nacional, especialmente si se le ayuda a evolucionar», afirma Rudy Cuadra, coordinador de la reforma postal en la UPU.

Según Laurent Boncounou, coordinador regional de la UPU para África Occidental y Central, el PIDEP puede crear una situación beneficiosa para todos los actores del sector. «El Estado estará en mejor situación para cumplir sus obligaciones de servicio universal, igual que lo estará

Plan Integral de Reforma y Desarrollo Postal



el regulador para aplicar las reglas del mercado y proteger el servicio universal. El PIDEP, en última instancia, beneficia al operador designado, en su papel de garante del servicio universal y, en definitiva, a la sociedad que tendrá acceso a servicios postales de calidad en un marco bien definido», añade Boncounou.

Younouss Djibrine, nuevo secretario general de la Unión Postal Panafricana, conoce bien el proceso PIDEP después de haber sido presidente del grupo ad hoc con ese mismo nombre, dentro del equipo de proyecto reforma postal y cooperación técnica del Consejo de Administración de la UPU. «La reforma postal surgió de la necesidad a la que se enfrentaban muchos Países miembros de la UPU, especialmente los países en desarrollo, para encontrar formas y medios de cumplir con las obligaciones contraídas tanto con las Actas de la Unión como con los ciudadanos», explica Younouss. «Estas obligaciones consisten en garantizar un servicio universal de buena calidad en todo el territorio en un mercado cada vez más liberalizado. En vista de los diversos fallos constatados en algunas de las reformas iniciadas, en muchos casos realizadas de manera fragmentaria, surgió un enfoque global: el PIDEP».

Enfoque regional

América Latina se ha centrado en la reforma postal desde 2005. Fernanda Perez Pastorini, jefe de proyecto de la UPAEP, revela las razones existentes tras esa decisión: «Había malos servicios postales, falta de regulación y de modernas leyes postales, mercados desorganizados, ausencia de inversiones, etc., en los países latinoamericanos. La región y las autoridades permanecían ajenas a la situación».

«En los años previos, hubo muchas iniciativas en nuestra región para modernizar al operador postal o para separar las operaciones de la actividad regulatoria. Con esto se solucionaba sólo parte del problema. Era necesari-

rio dar visibilidad a la situación del sector postal y desarrollar un proyecto integral para el mismo, proporcionando un orden lógico para la ejecución de las acciones necesarias para emprender la reforma postal», añade Pérez.

Las directrices vinieron del PIDEP. «Según los principios de una reforma postal organizada y lógica no es suficiente reformar el operador designado sino el conjunto del sector postal. La reforma integral incluye a todas las partes interesadas del sector postal: los gobiernos, ministerios, operadores públicos y privados, los clientes y los órganos legislativos», continúa.

Es crucial el apoyo total de los gobiernos para que los países puedan solicitar un proyecto PIDEP, y también para asegurar las condiciones adecuadas para ejecutar el plan resultante del mismo. «La experiencia muestra que las etapas de la reforma y las acciones subsiguientes constituyen un excelente apoyo para garantizar el servicio universal y desarrollar políticas sociales con el servicio postal como ejecutor llegando e integrando a todos. Es también posible contar con un sector postal que contribuya al desarrollo social y económico», declara Rudy Cuadra, de la UPU.

Apoyo gubernamental

Gracias al enfoque pionero de la UPU, ocho años más tarde, los gobiernos de los siguientes 13 países latinoamericanos han validado los planes de reforma: Bolivia, Colombia, Costa Rica, Cuba, República Dominicana, Ecuador, Guatemala, Nicaragua, Panamá, Perú, Paraguay, Uruguay y Venezuela. Según Cuadra todos se encuentran en diferentes grados de avance, pero en el periodo 2005–2012 se alcanzaron numerosos éxitos. En Bolivia, el servicio universal fue incluido en su constitución y el sector postal formó parte del plan nacional de desarrollo de 2007–2011. El sector postal se integró en la estrategia nacional de desarrollo en la República Dominicana en 2012 y Colombia creó un regulador postal igual que lo

«El proceso PIDEP nos ha ayudado a ver más claramente la situación de nuestros servicios y del mercado, así como la necesidad de modernizar el operador postal designado».

Silvia Munárriz Mon, viceministra cubana de Comunicación y Tecnologías de la Información

hizo Ecuador. El gobierno de Nicaragua adoptó el PIDEP como herramienta para promocionar el desarrollo sectorial.

En Uruguay, la reforma iniciada en años anteriores tuvo un comienzo fallido. «En nuestro país, como en muchos otros de la región, los esfuerzos para la reforma en el pasado fueron parciales y generalmente limitados a la ley, que se creía salvaría todas las dificultades. Los resultados de esta experiencia – conocidos por todos- no fueron buenos», afirma Carol Dolinkas, experta en asuntos internacionales en el regulador de comunicaciones uruguayo.

Contar con un PIDEP supuso un cambio total. «El PIDEP fue fundamental en el proceso de reforma de nuestro país y su influencia fue decisiva», dice Dolinkas. «Nos permitió contar con un claro diagnóstico sobre el sector en nuestro país, sus carencias, inconsistencias y también su potencial y sus retos».

La reforma postal en esta nación latinoamericana ha experimentado un rápido progreso. En 2009, se inició el trabajo definiendo el servicio universal. En diez meses, la propuesta – base para la política sectorial- se sometió ante las autoridades correspondientes. Se aprobó por los ministerios y actualmente una ley postal está haciendo su camino en los órganos legislativos.

En Cuba, el gobierno decidió apoyar la implementación de su PIDEP. «El PIDEP nos ayudó a ver más claramente el estado de nuestros servicios, el mercado y la necesidad de modernizar el operador postal designado», afirma Silvia Munárriz Mon, viceministra cubana de comunicaciones y tecnología de la información.

Cuba ha hecho grandes progresos y en diciembre de 2012 contaba con un proyecto de ley postal. «La implementación del PIDEP, creado por la UPU y la UPAEP, ayuda a los países en desarrollo a progresar de manera significativa en el fortalecimiento de la reforma postal, mejorar la calidad de servicio y satisfacer las necesidades de los

ciudadanos, a la vez que produce un impacto positivo en sus economías nacionales», asegura la Viceministra.

La región africana

El concepto PIDEP ha tenido igualmente buena acogida en ciertos países africanos. «He observado que en muchos países de África, tras nuestros debates, había interés en implementar el PIDEP. Necesitan que se les apoye a lo largo del proceso, en la elaboración de estudios, encontrar financiación y concienciar a los principales actores», explica Younouss tras su experiencia como experto regional trabajando en diversos PIDEP.

Sin embargo, hay todavía una serie de retos importantes que resolver. Algunos países no cuentan ni con financiación ni con expertos en el terreno para lanzar el proceso. «Desde un punto de vista global, implementar un PIDEP también exige contar con recursos importantes que no siempre son fáciles de encontrar», añade Younouss.

Otro gran reto es persuadir a los gobiernos para que den un paso al frente. «Aparte del hecho de que creen que tienen otras prioridades que les presionan más, como la educación, la salud, conseguir agua potable, las carreteras etc., su desinterés en el sector postal puede explicarse porque no han tomado conciencia de la importancia del sector para el desarrollo socioeconómico», señala Younouss.

Boncounougou, el coordinador regional de la UPU, pone de manifiesto que existen ciertos malentendidos en torno a la reforma postal en África. «Los errores más comunes son considerar la reforma postal como algo individual y no como un proceso colectivo, confundiéndolo con la reforma de la regulación postal, y viendo la reforma postal como algo que sólo afecta al operador designado y también como en un vacío sin tener en cuenta el entorno económico y comercial de la nación».



La regulación postal

Entretanto, el trabajo sigue en la UPU en lo que se refiere al estudio de la regulación postal. El estudio de la economista Marie-Odile Pilley, especialista en materia postal, nos proporcionará la primera fotografía centrada en los países en desarrollo. Una parte de esta ingente tarea – el capítulo referente a África – ya está finalizada, lo que permite a Pilley compartir con nosotros algunas conclusiones: «En África hemos visto dos tendencias iniciales: la primera, regular a los nuevos operadores postales – exprés y courier – y la segunda, aplicar un modelo regulatorio normalizado, cercano al desarrollado en la Unión Europea para su Mercado Único.

«La Unión Europea alcanzó un compromiso que sentó las bases para la formación de un mercado postal único en Europa, con objeto de garantizar la sostenibilidad del servicio universal para cartas y paquetes, a la vez que el mercado se iba abriendo gradualmente a la competencia», nos explica Pilley.

Aconsejamos vivamente a los gobiernos que presten atención al dicho «Conoce tu mercado». «La regulación debe hacerse a medida para cada mercado nacional, no hay una solución universal o, dicho de otro modo, no hay una «talla única» insiste Pilley. «Las claves del éxito son: claridad en la gobernanza, transparencia, aplicabilidad y exigencia».

«En África, el enfoque en parte liberalizador del mercado ha funcionado sólo donde el modelo ha sido adaptado a las condiciones locales, con los recursos adecuados, integrado en las políticas de desarrollo, promovido y apoyado totalmente por los gobiernos y otras partes interesadas, incluida la inversión en la creación de capacidades y con los implicados participando en la propiedad».

Hay también un gran signo de interrogación en torno a los beneficios de la liberalización total. El caso de Argentina proporciona un interesante ejemplo sobre este tema (véase la entrevista con el regulador argentino en la página 11).

Pilley añade finalmente una nota de cautela sobre este proceso liberalizador: «Si se introduce demasiado pronto, la liberalización es destructiva y la competencia encuentra sus límites si los volúmenes de tráfico son insuficientes y las economías de escala y de alcance no son significativas». **FM**

El regulador postal nos desentraña el mercado argentino

En 20 años, el gobierno argentino desintegra el monopolio postal, liberaliza completamente el mercado, vende el operador designado a una empresa privada para luego retomar el control del sector y comprar de nuevo el operador designado. Alfredo Pérez, de la Comisión Nacional de Comunicaciones (CNC) de Argentina, nos explica el por qué.



Alfredo Pérez, gerente de los servicios postales de la CNC.

Union Postale: El gobierno argentino decidió en los años 90 abolir el monopolio postal, desregular las actividades postales y encargar a un concesionario privado la gestión del servicio postal oficial. ¿Cuál fue la principal lección aprendida en esta etapa?

Alfredo Pérez: La principal lección que surge es: previamente a toda decisión, hay que conocer la realidad y definir – a nivel de política pública – los objetivos para el sector postal. De lo contrario, se toman decisiones erradas. Decisiones que, a veces, son una mala copia de medidas que se toman en otros sectores de la actividad de servicios. No existen las recetas «mágicas» para nuestro sector.

Cuando el Gobierno recobró el control del operador designado en 2004, ¿por qué el operador designado no retomó una posición monopolística en el mercado?

Respondo planteando cuestiones: ¿existen hoy día – en la realidad de los servicios – monopolios de la actividad postal?

¿No vemos, en muchos países, monopolios «de iure» que conviven, en la realidad económica, con una competencia «de facto» de empresas privadas? ¿No es más realista asumir este hecho y ordenarlo mediante una adecuada función regulatoria?

En el caso puntual de Argentina, el reconocimiento – legal – de un sector privado postal fue aún anterior a la decisión de suprimir el monopolio, dispuesta en el año 1993. Esas empresas fueron reconocidas jurídicamente por el Estado, por lo que diez años más tarde, era jurídica y económicamente inviable proceder a eliminarlas mediante una decisión general de restablecer el monopolio estatal.

Pero también hay que señalar que en 2003 era insostenible seguir con el ambiente de desregulación de la actividad privada. Fue urgente que el Estado, a través de un regulador independiente, retomara y ejerciera con mano firme la función de ordenador del mercado, en especial en lo que hace a las decisiones públicas sobre el acceso y egreso de prestadores privados al mercado. Y también sobre la determinación del concreto alcance de la oferta de servicios que puede hacer cada operador privado.

Como puede apreciarse, el concepto es generarle al operador público un ambiente de genuina y adecuada competencia y no restablecer en la letra de las normas un monopolio imposible de retrotraer.

En 1984, el operador designado tenía una participación de mercado del 99% ¿por qué disminuyó hasta llegar a una baja histórica del 33,47% en 2003?

Aquí también planteo una cuestión: ¿qué se entiende por «mercado postal» y «participación en el mercado»? Se sostiene que tal o cual operador público tienen un 30%, 50% o 70% del mercado, pero, ¿sabemos quién o quiénes tienen el 70%, 50% o 30% restante?

Debemos entender que la «actividad postal» o los «servicios postales» no son solamente los que hace el «Correo» o el «operador público»: la realidad nos muestra que múltiples organizaciones compiten, de hecho o de derecho, con los servicios del operador público. Hay una demanda social del servicio postal (el SPU) pero también hay una demanda corporativa de servicios que no se sujeta al operador público postal como único proveedor de los mismos.

Cifras clave

142

países (incluidos territorios) disponían de códigos postales a fines de 2011



Oficina de la red postal oficial (Fotografía: Correo argentino).

Este dato debe ser tomado en cuenta por el Estado a fin de ejercer su rol que es, en una primera etapa, el de registrar primero ese «mercado real» de la actividad postal.

Eso permite dimensionar, con mucho más ajuste a la realidad, la real participación del operador público.

En el caso de Argentina, la referencia del año 1984 no es comparable con la explosión de la demanda corporativa de servicios verificada en los años siguientes. Esa nueva demanda dio lugar en esa época a una norma que le permitió al operador público otorgar «permisos» a operadores privados para proveer a demandas de servicios que no podía atender por sí.

La función de regulación de la actividad postal debe incluir la de obtener datos ciertos sobre las dimensiones reales del mercado donde compete el operador público. En Argentina, se confeccionan informes estadísticos anuales que son la herramienta de gestión que permite evaluar la dimensión del mercado postal, su composición y la real participación del operador público.

Nuestros informes muestran que la drástica decisión de suprimir el monopolio en 1993 agudizó la pérdida de participación de Correo oficial en el mercado postal argentino. Esa pérdida empezó a rever-

tirse justamente a partir del año 2004, luego de rescindir la concesión y retomar la función de control por parte del regulador.

¿Por qué fue necesario establecer un regulador independiente?

Hasta 1992, el operador público se desempeñaba como prestador del servicio pero también como regulador de la actividad, otorgando los «permisos» a los prestadores privados.

Esta dicotomía de funciones le impidió desarrollarse como proveedor de las nuevas demandas de servicios. Por eso, se decide dar al Correo la calidad de sociedad anónima, más apropiada para una gestión comercial. La función de control se asignó a un organismo público distinto, la Comisión Nacional de Correos y Telégrafos (CNCT) que fue dotada de amplias facultades, que en los años siguientes le fueron sistemáticamente recortadas.

¿Cómo ha evolucionado el regulador desde que se estableció?

Ya dije que a la CNCT se le fueron recortando atribuciones que le hubieran permitido tener un rol más activo en la organización de una actividad abierta a una competencia total. Este proceso llegó a su punto máximo en 1996, cuando se la fu-

siona con el Ente regulador de las telecomunicaciones, creándose la actual Comisión Nacional de Comunicaciones (CNC).

En los hechos, no se trató de una fusión sino de una absorción, toda vez que las competencias en materia postal se concentraron en una Gerencia del Organismo, la actual Gerencia de Servicios Postales (GSP), con una baja asignación de recursos.

Esta situación coincidió con el proceso de licitación y concesión del Correo oficial a una sociedad privada en 1997. Ese año es el del inicio de un mínimo de presencia del Estado en el sector postal.

Los años siguientes son signados por los conflictos con el concesionario privado del Correo oficial y la imposibilidad de controlar efectivamente al sector postal privado, el registrado y el ilegal. Esta situación comenzó a revertirse a partir del año 2003, y las decisiones adoptadas por la CNC a partir de 2004 han revertido esa falta de presencia efectiva del Estado en el mercado postal.

Restan hoy decisiones de tipo normativo para completar el proceso de consolidación de presencia del Estado en el sector como ordenador de la actividad postal.

¿Cómo gestiona el regulador la supervisión de un mercado con una significativa cantidad de actores privados?

La decisión de rescindir la concesión en 2003 inicia una nueva etapa, en la que el Estado deja de ser un espectador del sector.

La CNC en los años siguientes establece nuevos procedimientos para ordenar efectivamente el mercado postal argentino, buscando generarle al Operador de Servicio Universal (OSU) un ambiente de competencia mucho más adecuado. En este proceso, es de destacar que parte del propio sector privado postal manifestaba su malestar por la competencia desleal que ellos mis-

«El Estado debe tomar sus decisiones sobre la base de un conocimiento lo más preciso posible del mercado postal».

mos sufrían de otros operadores privados recién entrantes.

La clave del proceso ordenador generado a partir de 2004/2005 fue el empleo registrado. Una de las conclusiones que dejaba el período anterior era que la competitividad en el mercado (asociada al «precio corporativo más bajo») estaba dada exclusivamente por prestar servicios con personal no declarado, informal o con contrataciones precarias. Se generó como recaudo esencial para el acceso y la permanencia en el mercado postal el compromiso con la cantidad y calidad del empleo registrado. Como consecuencia de ello, muchas empresas privadas debieron ser dadas de baja del mercado registrado.

A partir de 2005 se reduce el número de operadores privados pero se incrementó la cantidad de empleos generados por el sector. En 2005, contaba con 246 empresas y 15.740 empleos, contra 116 empresas y 20.779 empleos en 2009, lo que habla a las claras de los resultados positivos de la política adoptada.

¿Cómo asegura el regulador que la existencia de varios operadores privados no perjudique al público? Registrar la actividad postal integralmente, permite no sólo determinar el mercado postal real sino también ver dónde existe – realmente – la competencia.

Nuestros informes nos muestran que la competencia real, producto

de la apertura del mercado, se verifica sustancialmente en las áreas más pobladas del país (ciudades más importantes y sus alrededores) y en los servicios más rentables (los «corporativos», envíos masivos de corporaciones como bancos, empresas de servicios, etc.).

La desregulación que se dio a partir de 1993 benefició, fundamentalmente, a estas grandes empresas clientes del sector. Uno de los postulados de la supresión del monopolio en ese entonces, fue el de proveer a la «baja de costos» de estas empresas. Sin embargo, nuestros registros anuales nos demuestran que esta «baja de costos» fue a costa de la precarización del empleo en el sector, y pérdida de participación del Correo oficial.

El gran desafío no sólo es erradicar la actividad postal no registrada, sino sumar conciencia y responsabilidad en estos grandes clientes, especialmente cuando bajo el argumento de la modernización, plantean estrategias de sustitución de los envíos físicos por los electrónicos.

Paralelamente, el desafío mayor es insertar al sector, y al operador público en especial, en un entorno en el que sea una herramienta de inclusión y acceso de toda la sociedad a nuevas tecnología, cultura, salud, identidad, todo ello basado en la fortaleza de llegar a la «última milla» (la entrega domiciliaria).

¿Cuáles son los retos a los que se enfrenta el operador designado para mantener el servicio universal? A mi juicio, esta es una de las tareas pendientes, y el desafío máximo a enfrentar. Entiendo que el esquema actual del denominado Servicio Postal Básico Universal (SPBU) determinado desde el año 1993 ya es anticuado y debe ser revisado.

Pero entiendo que esta revisión debe hacerse desde la elaboración de un objetivo de política pública que defina el rol que se pretende para el operador postal público para el presente milenio.

Sin abandonar su rol de comunicador interpersonal, es necesario conceder que las nuevas tecnologías han desplazado la utilización de los tradicionales servicios postales. Pero no es menos cierto que la entrega de objetos físicos, la red de colecta y entrega domiciliaria en todo el territorio nacional y a todos los habitantes resulta ser una formidable herramienta para la implementación de políticas públicas inclusivas.

Cifras clave

160

Operadores designados
intercambiaban datos
de los envíos a fines de 2011

Ello debe imponer la revisión del concepto tradicional de SPU, al que debe dársele un contenido actual y directamente vinculado al desarrollo nacional. Debe ser el vehículo de acceso real para toda la población (especialmente la menos favorecida y la que vive más alejada) a la educación, a la cultura, a la identidad, a las nuevas tecnologías, a la salud.

La visión del SPBU debe abrirse y ofrecerse de lleno como instrumentador de políticas públicas inclusivas de toda la población.

¿Algunos de estos retos se pueden afrontar con éxito con una mayor intervención del Estado?

Algo ya se ha expresado en las respuestas anteriores. Así como es inadmisible la abstención o inacción del Estado, ello no significa la omnipresencia del Estado. Estamos tratando de definir el rol del Estado como el del principio ordenador de la actividad postal.

En este punto, me permito señalar que si bien las normas generales, las leyes, son importantes, la función del día a día del regulador postal es absolutamente indispensable para ordenar y transformar la realidad del sector.

¿Qué servicios ofrecen los operadores privados y por qué gozan de popularidad entre el público argentino?

La conversión del Correo oficial en sociedad anónima (y la separación de los roles del regulador) llevó al Correo oficial a competir eficientemente en renglones de demanda corporativa que antes no podía atender.

El Correo oficial es el único operador postal que, per se, tiene máxima calificación para operar en todos los servicios. Los operadores privados sólo pueden ofrecer los servicios que le habilita la CNC.

En lo que hace a la demanda

«corporativa» de los servicios (grandes clientes) la decisión de contratación se toma dentro de las pautas de procesos de selección, como precio unitario y calidad. No puede decirse que haya – a priori – una preferencia por el servicio de los operadores privados. El regulador puede intervenir en estos procesos para que no se ven afectados los principios fundamentales de la competencia en el sector, que son los de trabajar con habilitación del Estado y con empleo registrado.

En los que se refiere a los servicios al público en general («demanda ocasional»), el Correo oficial sigue siendo el operador dominante en la materia.

¿Cuál es el pronóstico de corto a medio plazo para el mercado postal?

El sector, como sector de servicios, no escapa a las condiciones macroeconómicas nacionales e internacionales. En lo específicamente «postal», dependerá de lograr las decisiones normativas que terminen de conformar el cambio de paradigma que significaron las decisiones tomadas en 2003 y 2004.

El año entrante la norma «desreguladora» por excelencia, que es el Decreto 1187/93, cumpliría 20 años de existencia, por lo que sería deseable proveer a su revisión. Esto permitiría definir los objetivos de política pública para el sector para las siguientes décadas. Mientras tanto, en el día a día, el regulador deberá seguir gestionando un adecuado control de la actividad, especialmente la no registrada.

¿Qué otras lecciones pueden extraer los países del caso argentino?

Reconocer que, hoy día, el concepto «actividades del mercado postal» es más amplio que el concepto «servicios del Correo». No sólo existe una demanda corporativa de servicios masivos por parte de las empresas,

sino que hasta los propios usuarios ocasionales del Correo demandan nuevas prestaciones, con modalidades y valor agregado distintas de las tradicionales.

Reconocer que las decisiones del Estado en la materia deben estar fundamentadas en un conocimiento lo más preciso posible de ese «mercado postal». Cuanto mejor información se disponga, mejores serán las decisiones políticas que se tomen.

Reconocer la necesidad de una definición previa de los objetivos de política pública para el sector. Esta definición debe incluir la revisión integral del SPU, del rol del OSU y de todas las partes interesadas del sector, respetando las particularidades nacionales.

Reconocer que no hay remedios o recetas «mágicas» o predisuestas. Cualquier decisión particular que se tome sin una visión integral para el sector lleva al fracaso o a un problema mayor.

Reconocer que el sector postal (entendido en su integralidad) puede y debe consolidarse como un activo social para el país, como herramienta de implementación de políticas públicas, de efectivo acceso a derechos para toda la población y como generador de empleo genuino e inclusivo. **FM**

Cifras clave

121

Países han firmado el Acuerdo de servicios postales de pago de la UPU



Marios Chatzidimou ha ganado con su pluma, pero persevera con su raqueta.

Joven griego gana el oro con una carta a Federer

Marios Chatzidimou, de 14 años, conquistó a los jueces con una elocuente carta dirigida al tenista suizo Roger Federer

Por
Kayla Redstone

Coincidiendo con los Juegos Olímpicos de Londres, se convocó a los participantes en el 41 Concurso Juvenil Internacional de Composiciones Epistolares a escribir a un atleta conocido. La carta debía expresar la opinión del autor con respecto a los Juegos.

Chatzidimou atrapó al jurado con su estilo intimista y creativo. «La composición es original, muy personal y está redactada con mucha creatividad. Aparecen claramente los valores modernos e históricos de las Olimpiadas», se expresó el jurado.

El joven Chatzidimou ya se había sentido muy honrado al haber obtenido el primer lugar en el concurso organizado por el Correo de su país, pero cuando supo

que había ganado el Concurso Internacional para él fue como la frutilla de la torta.

«Nunca pensé ser el ganador nacional, lo soñaba, es cierto pero ganar el Concurso Internacional me dio una felicidad indescriptible», dijo

El ganador de la medalla de oro eligió escribirle al campeón porque su decisión de practicar tenis surgió, justamente, de verlo jugar por televisión. El tercero de cinco varones, es el único de los hermanos que juega tenis. Cuando no está practicando, Chatzidimou disfruta escribiendo relatos para niños.

Chatzidimou viajará a Doha, Qatar, donde tendrá lugar el 25° Congreso Postal Universal, para unirse a los



Federer en acción (Foto: gettyimages.com).

delegados de los Países miembros y participar en la ceremonia especial del 9 de octubre, Día Mundial del Correo.

Otros ganadores

Valentine Chimba, de 15 años, nacida en Kenya, recibió la medalla de plata por su carta al corredor de su país, David Rudisha. «Una composición particularmente bien redactada que despliega mucha autenticidad. La carta evoca el valor de la tolerancia social y los aspectos relacionados con las Olimpiadas surgen con belleza a través de la mirada joven», se expresó el jurado sobre la obra de Chimba.

A la joven liceal le gusta mucho escribir. Cuando Chimba, la menor de tres hijos, se enteró de los premios en efectivo ofrecidos por el Correo de Kenya al ganador de la primera etapa del Concurso, decidió usar su talento para ganar dinero y ayudar a sus padres a pagar los gastos de su educación. Recibirá del Correo 50.000 KES (USD 582). Para ella, obtener un lugar en el Concurso Internacional es un premio adicional.

Aliona Kuchanskaya, de 15 años, originaria de Ucrania, y Chelsea Gabriella Ellise Mangaroo, de 11 años, de Trinidad y Tobago, compartieron la medalla de bronce. Después de haber estudiado biografías de deportistas en Internet, Kuchanskaya encontró por casualidad la historia de Elena Yurkovskaya, esquiadora y biatleta paraolímpica ucraniana. El jurado se impresionó con su opinión sobre la determinación de la atleta de convertirse en campeona paraolímpica por quinta vez, a pesar de haber sufrido la amputación de sus pies. «Una composición muy conmovedora y bien escrita. Esta emotiva carta logra mostrar cómo los esfuerzos de los atletas discapacitados se encuentran entre los valores que las Olimpiadas buscan transmitir», observó el jurado.

En su carta a Hasely Crawford, la primera atleta de Trinidad en ganar una medalla de oro olímpica, Mangaroo explica el orgullo que le provocó la participación de su país y cuánto le gustaron los Juegos Olímpicos. «Con tan sólo 11 años, la autora escribe muy lindo y su estilo es sincero. Consigue describir con mucha claridad los valores visibles e implícitos de las Olimpiadas», dijo el jurado.

Menciones especiales

El jurado también entregó menciones especiales a las composiciones de Anastasiya Tolcheva (Rusia), Joyce Lima Moreno (Brasil), Christ Soselisa (Indonesia), Auriane Hillaire Hountogan (Benin) y Bojan Savovic (Montenegro).

Los tres primeros ganadores recibirán medallas de oro, plata y bronce, un certificado de participación y, además de los elogios y el reconocimiento del jurado, un regalo de la UPU. El Comité Olímpico Internacional también otorgará premios a los cuatro ganadores. Los autores que obtuvieron menciones especiales recibirán un certificado de participación.

El Concurso contó con contribuciones de más de un millón de jóvenes procedentes de 55 países. Coincidiendo con el Decenio Internacional para la Acción «El agua, fuente de vida» 2005–2015, el tema para la composición de 2013 pide a los jóvenes que escriban una carta explicando por qué el agua es un recurso muy valioso. **KR**

Kayla Redstone se encuentra haciendo una pasantía en el Programa «Comunicación» de la UPU.

Los miembros del jurado

El jurado internacional está integrado por Elizabeth Longworth, Subdirectora General Adjunta en Ciencias Sociales y Humanas, Directora de la División de Ética y Cambio Global en la UNESCO (París), Jean Durry, escritor e historiador especialista en deportes y Olimpiadas, Norbert Müller, Profesor en el Instituto de Ciencias Deportivas de la Universidad de Mainz (Alemania) y Juliana Nel, Directora del Despacho y la Comunicación en la Oficina Internacional de la UPU. La Sra. Longworth, así como los Sres. Durry y Müller, también son miembros de la Comisión para la Cultura y la Educación Olímpica del Comité Olímpico Internacional.

41 Concurso Juvenil Internacional de composiciones epistolares de la UPU (Edición 2012)

Giannítsa, 25 de enero de 2012

Señor Roger Federer

Club de Tenís Old Boys

Basilea

Suiza



Querido Roger:

Me llamo Marios y soy uno de tus miles de admiradores. Un Marios pequeño e insignificante en comparación con un gigante del deporte como tú. Te escribo para agradecerte por haber despertado en mí el gusto por el deporte, en especial, el tenís. Durante años he seguido tus partidos y tus esfuerzos en la cancha. Aplaudo tus victorias y admiro tu perseverancia en tiempos difíciles.

Verte subir al podio en los Juegos Olímpicos de Beijing fue mi primer «saque». Tomé la raqueta que mi hermano había abandonado y entré a la cancha dispuesto a ganar. Luego me di cuenta de que una cosa era ver la raqueta en las manos de Federer y otra muy distinta dominar la raqueta propia. Luché y transpiré oyendo los gritos de mi entrenador, pero no me di por vencido. Tu imagen en el podio olímpico me hizo seguir. Seguir y soñar.

Un día, cuando le pegué a la pelota, con ella dejé volar mi imaginación, lejos, lejos en el tiempo y en el espacio. Y soñé que estaba en la Antigua Olímpia, en medio de las grandes celebraciones deportivas que serían los primeros Juegos Olímpicos de la Historia, en el año 776 a.C. Las guerras se detienen por el deporte que concilia y une a la gente. ¡Por lo menos, eso era lo que ocurría en aquella época! Jóvenes de todos los rincones, rectos en cuerpo y alma, llegando a participar en una competencia justa: «a jugar limpio». ¡Qué hermosas palabras! ¡Qué ambiente maravilloso!

Y allí también te imaginaba a ti. En la Historia que yo aprendí no te nombran, pero en mi sueño ahí estabas, compitiendo y recibiendo la corona de olivo, transpirando en la tierra de la Antigua Olímpia y festejando con Diágoras de Rodas, Polídamas de Escotusa y Teágenes de Tasos.

Sí, estoy orgulloso de mi país. Grecia sentó las bases de los deportes modernos. El espíritu deportivo se inició y formó a partir de los juegos de aquellos atletas de la Antigüedad. La llama olímpica, encendida por los valores de la civilización griega, iluminó al mundo entero. El espíritu de lucha, la competencia leal, el autocontrol y la solidaridad en los deportes enriquecieron la actitud de vida de los hombres.

Tú estabas allí, de pie, luciendo la corona, irradiando la alegría de la victoria, cuando humildemente me acerqué, tomé tu mano, te miré a los ojos y te pregunté: «¿Cómo te sientes, Roger? ¿Qué significa todo esto para ti?»

«Escucha, jovencito», respondiste, con una voz cristalina que aún resuena en mis oídos. «Competir significa ganar. Recuérdalo. Participar, entrar en la competencia, ya es una gran victoria, sin importar el trofeo. Una victoria contra el miedo, la inseguridad y las dificultades, una victoria frente a tu propia vanidad y egoísmo. Una victoria contra el propio deseo de trascender. Y una cosa más: Ganar también significa amar. Amar a mi oponente que me dio la posibilidad de competir, amar a mi entrenador que me enseñó a jugar y a ganar, a las personas que han apoyado mis esfuerzos para convertirme en el primero, a Dios que me da la fuerza para luchar y ser el vencedor.»

¡Pelota afuera! ¡Marios, concéntrate en el juego! De pronto, oí la voz de mi entrenador que me sacó de mi sueño. Sin embargo, ese día ya me fue imposible concentrarme. Quería contar lo que había imaginado sobre los primeros Juegos Olímpicos. Todos nosotros, mi entrenador y mis compañeros del tenís, renacíamos a través del espíritu de las Olimpiadas. Hablábamos del famoso «juego limpio» que la gente moderna define tan bien, pero que es tan difícil de aplicar. Obsesionados con el rendimiento llegan a utilizar sustancias tan peligrosas y dañinas como los esteroides, sacrificando su cuerpo y la pureza de su alma en el altar de la gloria efímera. Ruina del atleta y degradación de los deportes son los únicos resultados de esos actos. Pero para mí los primeros Juegos Olímpicos no significan esteroides ni campeonato ni beneficios económicos ni crisis financiera ni odio. Significan, en cambio, alegría de participar, «juego limpio», amistad y paz y espero que sea ese el sentido que promuevan los Juegos Olímpicos de este año.

Dejo esta charla, que espero no te haya cansado, deseando de todo corazón que a lo largo de tu vida compitas, ganes y ames, tal como me has enseñado. Gracias de nuevo. Y te estaré esperando donde nos conocimos la primera vez: en la Antigua Olímpia, Grecia, cuna de la civilización y el deporte. En mi hermoso y querido país que, a pesar de las dificultades y los problemas que enfrenta actualmente, «no tiene miedo», porque el dios Sol lo vigila eternamente.

Recibe mi cariño y admiración.

Marios A. Chatzidimou

La UPU traza el mapa de la globalización postal

Una nueva investigación arroja una luz interesante al tema de los flujos de envíos internacionales

Por José Ansón

En su libro «La tierra es plana: Breve historia del mundo globalizado del siglo XXI» (Barcelona, 2006), Thomas Friedman sugiere que las diferencias entre los países están desapareciendo como resultado de la globalización y que el mundo se ha vuelto cada vez más homogéneo a nivel político, económico y social. Por su parte, Pankaj Ghemawat, en su libro «Mundo 3.0: La prosperidad global y las vías para alcanzarla» (Barcelona, 2011), sostiene que la tierra no tiene nada de plana, haciendo hincapié en que las fronteras, las distancias y las diferencias que todavía existen entre los países afectan el comercio internacional.

En este contexto, el mundo postal tampoco sería plano. De acuerdo con los modelos desarrollados por la UPU, los intercambios postales entre dos países son inversamente proporcionales a la distancia entre ambos. Consideremos algunas cifras: el volumen de envíos intercambiados entre dos países puede aumentar en más del 30% si tienen el mismo idioma, 25% si son limítrofes, 16% si son miembros del mismo bloque comercial, 35% si usan la misma moneda y 80% si han tenido vínculos coloniales.

Además, a nivel económico, la distancia impacta menos en el intercambio de envíos postales internacionales y de información que en el intercambio de mercancías. Un 10% más de distancia entre dos países representa una disminución del 9%, en promedio, del volumen de productos y mercaderías intercambiados entre esos países, pero un 5% menos de envíos de correspondencia. Por lo tanto, la distancia incide en la comunicación postal, aunque menos en aquellos segmentos que ofrecen mejor calidad de servicio y posibilidades de seguimiento, como los envíos certificados o aquellos de entrega rápida, como los envíos exprés.

«BRICzación»

Según investigaciones realizadas por Nayan Chanda la globalización es un fenómeno que avanza lentamente y los estudios postales realizados por la UPU lo confirman. La globalización del sector se remonta a 1874, cuando se creó la organización bajo el concepto de territorio postal único integrado por los Países miembros. Allí se inició un proceso, que llega hasta nuestros días, donde los desequilibrios entre países son evidentes. Por cada carta de 20 gramos enviada desde América del Sur a África del Norte se pueden intercambiar 30 kilogramos de correo entre los países de Asia y Pacífico y 252 kilogramos entre los países de Europa Oriental. Esto muestra la importancia de los intercambios postales intrarregionales. De los intercambios de envíos de correspondencia a nivel internacional cerca de los dos tercios se produce entre países industrializados, proporción que viene manteniéndose desde hace diez años.

No obstante, la balanza del tráfico postal internacional se ha visto desequilibrada por el grupo de países denominado BRIC (Brasil, Rusia, India y China) que han incrementado su volumen de envíos internacionales en los últimos 10 a 30 años como consecuencia, entre otros factores, del creciente desarrollo del comercio electrónico. Lo que estamos viendo no es que el mundo postal se reajusta impulsado por la globalización económica y financiera, sino que existe un fenómeno de «BRICzación» de los intercambios postales internacionales.

Y aparte del sector postal, ¿hay otros sectores afectados positivamente por la globalización?

Las comparaciones nos impiden afirmar que el sector mercancías postal ha quedado muy rezagado. Es cierto que los intercambios postales internacionales represen-

tan poco menos del 2% del volumen mundial, pero el sector de las telecomunicaciones no está mejor. Según los datos recabados por Ghenawat, apenas un 2% de las comunicaciones telefónicas y menos de un 18% del tráfico de Internet se producen a nivel internacional. De modo que el sector postal no es el único que debe seguir eliminando obstáculos que impiden su expansión internacional.

Remuneración

Si el sector postal desea que su globalización siga el mismo ritmo que la economía mundial, lograr una mayor homogeneidad de la gobernanza postal tanto en los países industrializados como en los países en desarrollo, bajo la égida de la UPU, es uno de los principales desafíos que tendrá que enfrentar la comunidad postal internacional. Los países en desarrollo podrían duplicar sus volúmenes de envíos postales de salida y de llegada si se eliminaran las distorsiones asociadas a la remuneración del acceso a las redes de los operadores de destino y si se aprobaran recompensas por el mejoramiento de la calidad de servicio.

Cada año se podrían obtener ingresos postales adicionales del orden de los mil millones de dólares, pero para alcanzar esa cifra es necesario realizar inversiones urgentes. Ya ha quedado demostrado que la calidad de servicio es de importancia vital para el crecimiento de los intercambios de envíos internacionales. Con ese fin, los Países miembros decidieron crear y financiar el Fondo para el Mejoramiento de la Calidad de Servicio de la UPU,

una herramienta eficaz para que los países en desarrollo puedan financiar la modernización de sus actividades en materia de envíos de correspondencia internacionales.

¿En sintonía?

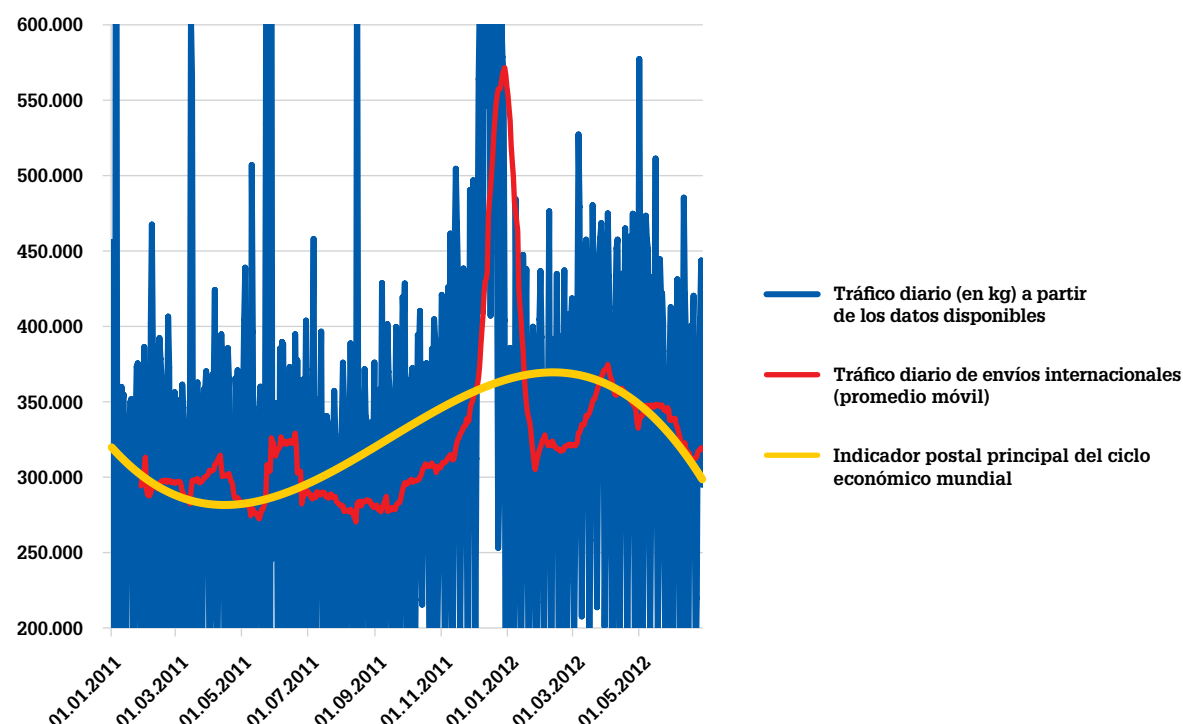
En la era de las comunicaciones sincronizadas, el sector postal no parece estar en la misma sintonía que la economía mundial. Hasta que comenzó la reciente crisis económica y financiera, el indicador correspondiente a la globalización de economías mostraba un crecimiento del porcentaje de exportaciones de productos y servicios en el PIB mundial. Esto era lo contrario de lo que venía ocurriendo en materia de intercambios postales nacionales e internacionales. Sin embargo, los intercambios postales internacionales se recuperaron rápidamente ante los primeros signos de salida de la crisis.

A corto plazo, los intercambios postales internacionales están estrechamente relacionados con el comercio internacional. En octubre de 2011, los indicadores de la UPU sobre la evolución de los envíos postales internacionales revelaban una situación macroeconómica mundial mejor de lo esperado, mientras que desde mediados de este año la situación económica mundial aparecía como más incierta (ver representación gráfica).

En resumen, aunque los intercambios postales aún no estén completamente globalizados, nos sirven para tomarle el pulso a la economía mundial. **JA**

José Ansón es economista, y se ocupa de economía postal en la UPU

Envíos postales internacionales: ¿Un buen dato para predecir la economía mundial?



En sintonía con el mundo

.....
Director General durante ocho años, el francés Edouard Dayan ha dirigido la UPU hacia nuevos horizontes y ha reforzado la posición de la organización como socio principal del sector.



.....
**Por Marc
Wolfensberger**
.....
**Fotografía:
Manu Friederich**

Union Postale: ¿Cuál ha sido la evolución de la UPU durante sus dos mandatos?

La UPU ha cambiado mucho durante estos últimos años. Teníamos que estar en sintonía con nuestro entorno porque el sector postal no funciona de manera autárquica. El entorno internacional está en profunda mutación debido a la influencia de las tecnologías de la información, la globalización de los mercados y del comercio, y a otros fenómenos como el de la migración. En definitiva, todos estos factores y datos han transformado profundamente el sector y el papel de la UPU.

¿Cuál ha sido su principal reto en estos últimos ocho años?

Ante todo, ha habido que posicionar la organización en un mundo moderno, hacerla más flexible de cara a los cambios, adaptarla y darle los medios para responder a las necesidades más exigentes del sector. Luego, ha sido necesario poner en marcha métodos y herramientas que ayuden a todos los países a alcanzar, etapa por etapa, los mejores niveles.

He querido evitar que la brecha entre los países industrializados y en desarrollo no se amplíe. En la UPU, definimos nuestros proyectos en relación a las necesidades de los países más avanzados: examina-

mos, en principio, esas necesidades; después, mediante nuestra política de cooperación, ayudamos a los países en desarrollo a conseguir el mejor nivel. Es uno de los medios de responder a nuestra misión como organización intergubernamental perteneciente a la familia de las Naciones Unidas.

¿Hasta qué punto el enfoque regional ha sido importante para conseguir estos objetivos?

La regionalización es una realidad política y económica. Algunos grupos de países han organizado ya su economía sobre una base regional, y estas organizaciones regionales constituyen los pilares de un marco

político. Sin ninguna duda, es el marco que la UPU debería integrar en su proyecto.

¿Considera que este proceso ha sido un éxito?

Sí, sin la menor duda. Desde que el enfoque regional se lanzó de manera experimental en África en 2006, trabajar a escala regional se ha convertido en algo fundamental para implementar nuestra estrategia. Su éxito se demostró con la buena acogida que tuvo en el Congreso de Ginebra en 2008, en el cual definimos el marco regional como «la referencia» para la aplicación de la Estrategia de la UPU.

El enfoque regional es un método esencial, ya que proporciona un marco que facilita el crecimiento y la innovación. No se llega a un país como un predicador que viene a difundir la buena nueva, sino como un consejero que estimula y anima, a la vez que aporta herramientas, métodos y soluciones.

Concretamente, ¿cómo funciona este enfoque?

Es como en la escuela, si tu compañero tiene mejores notas, puede incitarte a mejorar también a ti. Así funcionamos nosotros para animar paulatinamente a los operadores a emprender las reformas.

Para hacer esto, hemos elaborado también herramientas para ayudar a los países a modernizar sus servicios postales y a mejorar su calidad de servicio. Hoy día, un envío a través del correo no es una botella que se arroja al mar. La satisfacción que tenemos es que actualmente casi todos los Correos están preparados para asegurar el seguimiento de sus envíos a lo largo de toda la cadena, de principio a fin. Para mejorar aún más el seguimiento, hemos consolidado nuestras relaciones con las aduanas y las autoridades de navegación aérea.

También hemos elaborado vías independientes de evaluación del

desempeño porque un sistema correcto de medición del funcionamiento es un requisito previo para una acción eficaz. Sólo durante el año 2011, una treintena de nuevos países se han unido al sistema GMS (sistema de control mundial). Y los resultados han sido alentadores: el 70% de los Correos que utilizan GMS han visto mejorada su calidad de servicio nacional, lo que repercutirá, sin duda, en la calidad de servicio de los intercambios internacionales.

La UPU forma igualmente más de 7.000 empleados postales con más de cuarenta cursos en cuatro idiomas a través de la plataforma de formación a distancia (e-learning) Trainpost. Gracias a esta nueva herramienta podemos aten-

der las necesidades de formación de los empleados postales dondequiera que estén.

La UPU ha trabajado estrechamente con otras organizaciones internacionales, como la Organización Mundial del Comercio, la Organización Internacional de Emigración, la Unión Internacional de Telecomunicaciones, la Asociación Internacional de Transporte Aéreo, el Fondo Internacional para el Desarrollo Agrícola, entre otros.

¿Por qué es tan importante reforzar estos lazos?

La UPU no debe estar desconectada de la realidad global. Para actuar con eficacia a escala internacional es necesario unir esfuerzos y medios e integrar los retos interna-



«Yo he pasado la mayor parte de mi carrera viviendo y trabajando para el sector postal».

cionales en nuestras reflexiones y acciones.

Lo verdaderamente importante, es que existe un orden internacional que une a todas las organizaciones intergubernamentales. Una estrategia centrada en nosotros mismos, como si la UPU existiera en un vacío, no tendría ningún sentido. Nuestro trabajo debe ir de lo global a lo local y viceversa, y para ello debemos asociarnos. Este enfoque estaba en el corazón mismo de mi estrategia desde mi toma de posesión en 2005, y nos ha permitido obtener los resultados que vemos hoy día.

¿Aumenta o disminuye actualmente la confianza de los clientes en sus correos nacionales?

La confianza se forja día a día. En este sentido, la crisis financiera de los últimos años – sin ninguna duda, una crisis sin precedentes – ha sido reveladora para el sector postal. Nos ha permitido comprobar la confianza que la gente tiene en el Correo. ¿El resultado? En los países que el Correo proporciona servicios financieros, el número de depósitos ha aumentado considerablemente. Ello quiere decir que los ciudadanos, preocupados, han

retirado su dinero de los bancos para colocarlo en las cuentas postales. Este gesto habla por sí solo.

¿Cuáles podrían ser las grandes orientaciones para el futuro?

La primera es posicionar al Correo como facilitador del comercio internacional, sobre todo al servicio de las pequeñas y medianas empresas. La segunda es que la UPU pueda aportar respuestas a las necesidades de los trabajadores emigrantes, favoreciendo, sobre todo, su inclusión financiera.

¿En lo que se refiere al presupuesto, cómo ve el futuro de la UPU?

Actualmente un pequeño número de países contribuyen a la mayor parte del presupuesto de la organización – en concreto, cinco países financian el 30% del presupuesto. En un contexto de crisis como en el que estamos, no sería razonable pedirles que incrementen su aportación. Esta es la razón por la que, en el futuro, debemos reforzar el papel de la UPU como suministrador de servicios a los operadores y promover asociaciones con los organismos de financiamiento internacional.

¿Un consejo para quien le suceda?

Que quien sea elegido, o elegida, tenga como prioridad mantener el interés de los Países miembros por la organización. Hay numerosos proyectos que realizar, y es importante mantener el espíritu de equipo.

Yo he pasado la mayor parte de mi carrera viviendo y trabajando para el sector postal. Hace casi cincuenta años que creo apasionadamente en los servicios postales. El fin de mi mandato se acerca y esta pasión no se debilita, sino al contrario. Pero ha llegado el momento de confiar la UPU a nuevas manos. Le deseo lo mejor a mi sucesor, y espero que él o ella disfruten de los retos que tienen por delante. **MW**

Marc Wolfensberger es periodista freelance y vive en Lutry, Suiza.

Inclusión laboral: oportunidades para todos

En algunos países, el Correo, buscando desarrollar el sector, hace caso omiso de los estereotipos y lucha contra la discriminación contratando personas desempleadas por largos períodos, así como personas discapacitadas

Por Ruby Pratka

Ilustración:
Matt Kenyon

Uno de los impulsores de esta iniciativa ha sido el operador designado de Países Bajos, PostNL. Se ha propuesto contratar a 1.200 personas desempleadas, algunas de ellas discapacitadas, para 18 centros de clasificación y distribución de todo el país. El operador está instalando una nueva red de tratamiento de encomiendas para aumentar su capacidad y renovar su antigua infraestructura, explica el portavoz Marc Potma. Ya hay cinco depósitos operativos y se prevé inaugurar el resto a fines de 2014.

«Para poner en funcionamiento el nuevo sistema precisamos mano de obra capaz de realizar operaciones bastante sencillas, como pasar las encomiendas del contenedor a la cinta transportadora», dice Potma.

PostNL ha confiado la contratación del personal para sus nuevos depósitos a Locus, una organización neerlandesa de bienestar social, especializada en empleos para trabajadores con capacidades diferentes, incluidos discapacitados físicos y personas con problemas mentales o limitaciones intelectuales o sociales. Dependientes rehabilitados, así como personas desempleadas por más de diez años, también forman parte de esta reserva de mano de obra.

Todos tienen un lugar

En los próximos dos años, Locus contratará para estos centros a 550 personas con discapacidad intelectual y a otras 650 registradas en programas de reinserción laboral. Se trata de puestos a tiempo parcial cuyo horario irá aumentando progresivamente.

«Locus se encargará de la contratación, capacitación, asignación de horarios y planificación. Les decimos lo que precisamos y ellos se ocupan de todo», agrega Potma. «Desde el punto de vista económico, no difiere mucho de la contratación de empleados temporales».

Locus está asociada a varias organizaciones que coordinan ofertas de trabajo en todo el país para personas que están desempleadas desde hace tiempo. Existe una fuerte demanda de trabajo. «Se puede estar en lista de espera durante un año y medio», dice Rutger van Krimpen, Director de la organización socia de Locus en Utrecht. Allí, PostNL contribuye enseñando tareas de logística a guías no discapacitados para que ellos, a su vez, capaciten a nuevos empleados.

Según Potma, la iniciativa surgió hace algunos años de un proyecto piloto. «Construimos un centro de tratamiento en Utrecht para ver cómo podíamos combinar las operaciones de clasificación y distribución en la misma planta», explica. «Contratamos entre 40 y 60 personas con problemas mentales y todo funcionó muy bien».

Cuenta incluso que un buen número de aquellos primeros contratados continúan trabajando en la empresa. «En muchos casos, la discapacidad no es algo evidente. Pueden sufrir trastornos de conducta o tener deficiencias físicas que no son visibles», agrega van Krimpen. «La adaptación a su nuevo ambiente de trabajo puede llevar un tiempo, pero este tipo de personas progresan rápidamente y se dedican a su trabajo como cualquier otro empleado».

Diana van Plateringen sufre de déficit atencional e hiperactividad y trabaja en el depósito de Utrecht descargando encomiendas a la cinta transportadora. «Es una tarea dura, sobre todo en época de Navidad y Año Nuevo, pero me gusta porque así puedo usar mi energía», dice Diana.

La directora general de Locus, Hanne Overbeek, revela que esta iniciativa coincide con un cambio en la legislación neerlandesa que alienta a las personas discapacitadas a buscar trabajo en empresas comunes en

lugar de hacerlo en empresas concebidas para este tipo de perfiles.

Potma aconseja que los Correos revisen el marco legal de su país antes de aplicar un programa similar, aunque sostiene que la experiencia de PostNL ha sido muy positiva. «La gente tiene que poder realizarse. Cuando se les ofrece un trabajo a tiempo parcial y luego se les aumenta gradualmente el horario (hasta el 100%), la productividad aumenta mucho», afirma. «Estamos muy contentos con estas personas, son muy leales».

El sector postal en el buen camino

PostNL no es el único operador que busca ofrecer oportunidades de trabajo a personas con capacidades diferentes. «En otros tiempos, las personas discapacitadas no eran tomadas en cuenta en absoluto como fuerza de trabajo, pero hoy en día se insiste en que desarrollen sus habilidades para que puedan competir y contribuir a la prosperidad económica de sus hogares, empresas y naciones», explica Barbara Murray, especialista principal en discapacidad y trabajo de la Organización Internacional del Trabajo. «A veces, los empleadores parten del principio de que las personas discapacitadas no están aptas para el trabajo, pero si se las ubica en puestos acordes a sus intereses y posibilidades pueden ser excelentes empleados.»

Murray opina que esto también puede redundar en beneficio de las empresas. «Cuando un cliente o un potencial empleado con alguna discapacidad entra a una oficina de Correos y ve a un empleado «como él», sabe que no será excluido, lo cual también es bueno para la imagen de la empresa», dice. Y agrega que la adaptación de las estructuras, así como la confusión acerca de las aptitudes que poseen este tipo de personas son los principales obstáculos para las empresas a la hora de contratar a estos trabajadores. «En algunos países, los edificios administrativos todavía cuentan únicamente con escale-

ras, no tienen ascensores ni baños con acceso para discapacitados, y todo esto debe cambiar», dice. «Del mismo modo, muchas veces los empleadores están dispuestos a contratar personal discapacitado, pero no saben qué tarea pueden hacer o no. Si se les pregunta a este tipo de empleados qué necesitan, tal vez respondan: «Nada». Ellos son los únicos que viven, desde siempre o no, con su discapacidad, y saben qué es lo que precisan», agrega.

Contratar personas discapacitadas también puede llegar a ser una obligación legal. Nepal y Argelia se encuentran dentro de los países cuyos organismos públicos deben contar con un cierto número de funcionarios con discapacidades físicas o sensoriales. Nurahari Khatiwada, del Correo de Nepal, indica que en su país se acaba de aprobar una ley que promueve la contratación de discapacitados. Así, el cinco por ciento de los cargos públicos está reservado para discapacitados físicos, no videntes o sordos, cuyo examen de admisión debe ser idéntico al del resto del personal.

«Estamos trabajando para promover la inclusión de todos aquellos que hasta ahora eran excluidos», dice Khatiwada. «Concentramos nuestros esfuerzos en mejorar la accesibilidad de los edificios (para las personas en silla de ruedas y las no videntes) y en sensibilizar al personal. Hay quienes creen que la discapacidad es un castigo que viene de otra vida. Tenemos que cambiar esta manera de pensar y confiamos lograrlo en algunos años.»

Los cambios positivos deben continuar

En Argelia, el uno por ciento de los cargos públicos está reservado a discapacitados. «Tenemos leyes que prohíben la discriminación en el ámbito educativo y profesional, pero algunas personas todavía no conocen bien los derechos que nos amparan», explica Ali Aknine, del Correo de Argelia. Aknine tiene un trastorno genético y utiliza silla de ruedas, pero eso no ha sido impedimento para que esta gerente de cuentas internacionales haya escalado posiciones o representado a su institución en reuniones en el extranjero.

Aknine ha trabajado en el Correo por más de 15 años y ha visto lo mucho que ha mejorado la accesibilidad en los últimos dos o tres años. «Se han adaptado los lugares de trabajo gracias a un Decreto ministerial de 2011 que me gustaría se aplicara íntegramente», dice. «Las adaptaciones estructurales son pequeños detalles que pueden cambiar la vida de muchos de nuestros empleados. Pediría simplemente a los Correos que adaptaran los edificios y nos permitieran trabajar, ya que los demás problemas se irán solucionando con el tiempo». **RP**

Ruby Pratka se encuentra haciendo una pasantía en el programa «Comunicación» de la UPU.



Ya es hora de suscribirse!

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

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

Suscriptores privados de cualquier parte del mundo pueden hacerlo por CHF 50 al año. Descuentos especiales son aplicables para los Correos de los países miembros de la UPU.

Envíenos su orden vía fax al +41 (0)31 350 37 11 o escríbanos un correo electrónico a faryal.mirza@upu.int con la siguiente información:



Nombre:

Posición:

Organización/Operador:

Dirección Postal completa:

Dirección de correo electrónico:

Número telefónico:

Dirección de Fax:

Idioma deseado de la revista:

Inglés

Francés

Arabe

Chino

Alemán

Ruso

Español

Zambia lanza el proyecto piloto de redacción de la dirección

Zambia se dirige por buen camino, aprestándose a lanzar su sistema nacional de redacción de la dirección. ZICTA, la Autoridad en materia de tecnología de la información y la comunicación (por sus siglas en inglés) y la empresa de Correos de Zambia (ZAMPOST) trabajan con otros socios en este proyecto.

Por
Kayla Redstone

El proyecto piloto, que comenzó en julio, prevé instaurar en seis meses el sistema de redacción de la dirección en algunas zonas de Lusaka, la capital, y en Chongwe, una ciudad rural cercana. «Se han previsto tres etapas para que el proyecto se lleve a cabo en todo el país y alcance a toda la población (14 millones de habitantes) hacia fines de 2015», afirma Margaret Chalwe-Mudenda, directora general de ZICTA.

Primero se crearán las direcciones para Lusaka, y las provincias Central y de Copperbelt, seguidas de las provincias del Este, de Muchinga, de Luapula y del Norte. La tercera y última etapa abarcará las provincias del Sur, del Oeste y del Noroeste.

ZICTA confía en que el sistema de redacción de la dirección mejore la comunicación, la planificación urbana, el padrón electoral, la seguridad, los servicios públicos y de emergencia, contribuya a crear empleos, ampliar el comercio, facilitar la inclusión social y financiera, así como aumentar los ingresos del Correo y promover la calidad de los servicios postales.

«ZICTA debe promover el acceso universal a los servicios postales y de mensajería, pero no se puede estimular el crecimiento del sector postal si el tema de la redacción de la dirección no se aborda con decisión en toda su magnitud», expresa Chalwe-Mudenda.

«No tener direcciones físicas es una barrera para cualquier servicio público, pero en especial para los servicios postales», asegura Patricia Vivas, especialista en redacción de la dirección de la UPU. «Una vez que se crean las direcciones, desarrollar el sistema de códigos postales es el siguiente paso para mejorar la calidad de servicio», dice.

«Un solo elemento de la dirección (en el código postal de estructura granular) alcanza para que el cartero sepa el destino de la carta y el itinerario que debe seguir para ser entregada», agrega Vivas.

Según Chalwe-Mudenda los viajes a Sudáfrica y Uganda para estudiar el tema ayudaron a ZICTA a identificar a los principales socios y sus funciones, detectar las posibles dificultades, elegir la zona del lanzamiento piloto y elaborar las etapas de ejecución posteriores.

Asegura que la elección de Lusaka para la instauración del piloto se consideró estratégica puesto que presenta muchos tipos distintos de direcciones, como direcciones típicamente urbanas y rurales, y direcciones físicas incompletas en zonas residenciales legales.

«La idea inicial era definir las zonas representativas de todos los tipos de direcciones existentes en Zambia, para poder llevar la experiencia a todo el país», agrega Chalwe-Mudenda.

Seis subcomisiones, integradas por representantes de organismos públicos, formularán las direcciones y los códigos postales, así como un sistema de información geográfica que permitirá elaborar el mapa postal de todo el país. ZICTA supervisará la realización del proyecto de redacción de la dirección, mientras que ZAMPOST tendrá a su cargo el desarrollo del sistema de códigos postales. El proyecto de guía de códigos postales que surja de este trabajo se someterá a consulta pública restringida antes de ser aprobado y publicado, explica Chalwe-Mudenda.

KR

Kayla Redstone se encuentra haciendo una pasantía en el Programa «Comunicación» de la UPU.

Alemania

Deutsche Post DHL obtuvo 27.100 millones de euros (35.200 millones de dólares) de ingresos en el primer semestre de este año, es decir, un 5,8% más que en el mismo período del año pasado. El grupo atribuye el crecimiento al aumento del volumen de encomiendas y al empuje del mercado asiático. **KR**

Deutsche Post culminó la instalación de su nuevo sistema de clasificación en los últimos 82 centros de tratamiento del correo. La modernización iniciada en 2009 y que representa un total de 400 millones de euros (484 millones de dólares) incluye 288 máquinas clasificadoras de envíos de formato pequeño y normalizado, así como 87 clasificadoras de envíos de formato grande (Grosbrief y Maxi-brief). Se espera que esta modernización acelerará la clasificación y reduzca 5.000 toneladas por año sus emisiones de dióxido de carbono. **KR**

Australia

Australia Post amplió su red de servicio postal en comercios abiertos día y noche, todos los días del año, sumando uno en Australia Occidental. Estos comercios permiten a los clientes hacer sus «trámites» postales, como retirar encomiendas a cualquier hora del día. También ofrece servicios no tradicionales, como el acceso a sitios de compras o de viajes en línea. El nuevo local en Perth será el primero en el que los clientes podrán retirar o renovar sus permisos de conducir. **KR**

Austria

El personal de **Austria Post** recibió un aumento de salarios del 3,2%, a partir del 1º de julio, como resultado de un acuerdo entre el operador postal y el sindicato nacional de trabajadores de Correos y Telecomunicaciones. Además, los empleados del sector de la distribución cobrarán una suma mensual de 84 euros (106 dólares) por concepto de horas extraordinarias. **RP**

Finlandia

Itella Logistics firmó un acuerdo con VR Group para adquirir su servicio logístico de consolidación, VR Transpoint, y su filial de servicio logístico, PT Logistiikka Oy. El servicio logístico de consolidación cuenta con unos 800 trabajadores y genera cerca de 130 millones de euros (161 millones de dólares) de ingresos anuales. Esta adquisición pondrá fin a la superposición entre los servicios prestados por el Correo y por VR Group. **KR**

Itella Mail y GAPP, el prestatario finlandés de servicios de Google, firmaron una carta de intención por la que el Correo ofrecerá servicios web para pequeñas empresas. Dicho servicio, Itella Verkosto, permitirá que esas empresas realicen tareas rutinarias como facturación, envío, recepción y archivo de documentos a través de una plataforma en línea. El servicio debería estar disponible el próximo año. **KR**

Nueva Zelanda

New Zealand Post vendió su filial de desarrollo de aplicaciones para la gestión y la logística de negocios a negocios, ECN, a la empresa australiana B2BE. El Correo realizó esta venta para concentrarse en los servicios postales básicos, en los servicios de mensajería, financieros y digitales. B2BE es una empresa especializada en el desarrollo de soluciones logísticas electrónicas, presente en 17 países. **KR**

Reino Unido

El nuevo proyecto piloto de localización de **Royal Mail** en East-Anglia, Pinpoint, permite registrar datos GPS exactos de longitud, latitud y altitud de la puerta de entrada de las direcciones de particulares y empresas de la zona. Si este piloto funciona sin inconvenientes, el Correo tiene previsto extenderlo al resto del país en el transcurso de este año. **KR**

El Correo de Nueva Zelanda aumenta su parte en el mercado interno de encomiendas

Tras ocho años de asociación, New Zealand Post comprará el 50% de la parte que DHL posee en Express Couriers Limited (ECL) y Parcel Direct Group Pty Limited (PDG) para aumentar su posición en el mercado de encomiendas y envíos exprés. «La distribución rápida es el principal objetivo de nuestra estrategia actual y futura. Seguimos constatando una fuerte disminución de los volúmenes de envíos de correspondencia de nuestra red postal tradicional, mientras que, al mismo tiempo, los volúmenes de encomiendas y de envíos exprés registran un aumento sostenido debido a la utilización cada vez más

extendida de los medios electrónicos en la venta al por menor y el comercio», informó Brian Roche, director general de New Zealand Post, en un comunicado de prensa. Durante el período 2010/2011, el Correo sufrió una disminución de 4,5% del volumen interno de envíos de correspondencia, a pesar de la enorme cantidad de envíos generados por las elecciones municipales de 2010 y de las inscripciones de votantes para el referéndum de 2011. El volumen de envíos internacionales también disminuyó, alcanzando un 6,7% menos de envíos. ECL ofrece servicios de envíos exprés,

logística y distribución en Nueva Zelanda, mientras que PDG es un grupo de empresas australianas especializado en distribución de encomiendas y carga. Tanto ECL como PDG pasarán a ser filiales de New Zealand Post. DHL, por su parte, se concentrará en sus servicios internacionales de envíos exprés. Ambas empresas se apoyarán mutuamente – DHL a nivel internacional y New Zealand Post a nivel interno – en el marco de un nuevo acuerdo comercial. **KR**

PaketDienst

PaketDienst

FRANKFURT / MAIN

Number 1505

Ver el detalle, comprender el conjunto

Velocidad y fiabilidad en el proceso de clasificación



Detectar con seguridad, identificar con rapidez, clasificar con fiabilidad

Las soluciones de SICK garantizan que los códigos 1D y 2D y las etiquetas RFID se identifiquen con fiabilidad. Los sistemas certificados de medición de volumen y peso se encargan de que las capacidades se aprovechen de forma óptima y permiten que las cuentas se hagan de forma justa en función del consumo. Con las tasas más elevadas de lectura y con sensores fiables en los detalles, SICK logra una velocidad máxima de circulación en su totalidad: desde la recepción del paquete hasta su entrega.

Más información en www.sick.com/industries

Suiza

Swiss Post ofrecerá en breve servicios de correo híbrido a Deutsche Bahn, el operador alemán de ferrocarriles, realizando la entrega de los recibos de sueldo. El servicio del Correo suizo, ePostSelect, permitirá enviar, con seguridad garantizada, documentos confidenciales directamente por correo electrónico al interesado o bien a un centro de impresión de Swiss Post en Alemania donde los recibos se emitirán y enviarán a los destinatarios que así lo prefieran. **RP**

Singapur

En el primer trimestre de 2012, **SingPost** obtuvo un aumento de sus ingresos del 6,5% en comparación con el mismo período de 2011, generando 151,6 millones de SGD (119,9 millones de dólares) de ingresos, a pesar de que

la economía del país registró una desaceleración del 1,1%. Los servicios de logística y de venta al por menor sufrieron aumentos muy importantes (11,5% y 12,4%, respectivamente), compensando la disminución del correo interno. **KR**

La nueva herramienta de registros en línea de **SingPost**, «ezy2ship», facilitará a las empresas la gestión y expedición de sus paquetes. Bastará conectarse a www.ezy2ship.com para poder completar e imprimir las etiquetas, planificar el retiro de las encomiendas, gestionar en línea la expedición, realizar el seguimiento de las encomiendas, obtener información sobre las expediciones e imprimir información sobre el embarque en cualquier momento y lugar. **KR**

Estados Unidos de América


USPS registra un déficit de 11.600 millones de dólares en los tres primeros trimestres de su ejercicio financiero. Sólo en el tercer trimestre las pérdidas ascendieron a 5.200 millones de dólares frente a los 3.100 millones correspondientes al mismo período del año anterior. El Servicio Postal considera que la mala situación del tercer trimestre se debe a la disminución de los volúmenes de envíos de primera clase y a los 5.500 millones de dólares volcados al fondo del plan de salud del personal jubilado para su capitalización. **KR**

El Correo de Malasia impone el empeño al estilo islámico

Ahora Pos Malaysia ofrece un servicio de empeño respetando los mandatos islámicos, en un país de población musulmana. El servicio es una asociación con el banco Muamalat de Malasia, cuya participación será del 20%.
Dejando como garantía objetos de oro (excepto lingotes y monedas) los clientes pueden recibir un préstamo de hasta 100.000 MYR (31.967 USD) a seis meses en ArRahnu@POS, con la posibilidad de extenderlo a seis meses más, previo pago de los gastos del primer préstamo.

Como el cobro de intereses está prohibido por la ley musulmana, el Correo cobrará gastos de custodia por eludir la regla. Hasta el vencimiento de los plazos, el cliente pagará un importe fijo mensual establecido en función del valor de mercado de los objetos.
El 60% de la población del país es musulmana.
Aunque en Malasia ya existen otros bancos que ofrecen un servicio similar, para Nora Abdul Rahman, Directora de servicios financieros del Correo, la red pos-

tal permite acceder a puntos del país donde otros servicios no lleguen.
Creemos que es una oportunidad para Pos Malaysia ya que los servicios que existen poseen menos del 50% del mercado.
A partir de julio el servicio está disponible en dos puntos de venta y en un año se extenderá a 50 oficinas de Correos. **KR**

A portrait of Emmanuel MIETTE, a middle-aged man with short grey hair and blue eyes, wearing a dark suit jacket over a light blue shirt. He is standing with his arms crossed, looking directly at the camera. The background is a blurred indoor setting with warm yellow lighting.

Understanding your requirements and imagining tomorrow, that's my job.

Emmanuel MIETTE
Engineering Director - Sorting Systems

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

For more than 60 years we have been a partner to the world's postal operators. With the strength of our experience we are able to provide a comprehensive consulting service: audit, analysis, assistance in decision-making, benchmarking and working with you to drive continuous improvement. We are here for you and for each stage in the life of your process, SOLYSTIC offers solutions tailored to your requirements.

See the future differently with SOLYSTIC.

www.solystic.com



Future postal solutions

Innovando la información sobre la calidad



GMS

Global Monitoring System

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

Para más información vea la película de animación

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

O contacte gms@upu.int.



UPU

UNIÓN
POSTAL
UNIVERSAL