

Impulsando el sector postal desde 1875

MARZO DE 2013

N.º 1

UNION POSTALE



Unión Postal Universal,
organismo especializado
de las Naciones Unidas

.....
EMS llega a su mesa

Nuevas metas para
las transferencias
de dinero



Cruce de fronteras:
mayor rapidez y seguridad

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

Índice

Tema de cubierta

Cruce de fronteras: mayor rapidez y seguridad

Acelerar el tratamiento del correo transfronterizo y mejorar la seguridad postal pasa por una más estrecha coordinación con las aduanas

8

Reportajes

La devolución habla de la gestión

¿Hay relación entre la calidad del servicio postal y la eficacia de las administraciones públicas?

18

Es la hora de África

La regionalización de la Estrategia Postal de Doha se pone en marcha con la selección de proyectos prioritarios

20

Transferencias de dinero: se imponen las orientaciones estratégicas

Un sistema centralizado de compensación y una marca común están en el programa

22

EMS llega a su mesa

Los amantes de la cocina japonesa están de suerte: reciben sus platos frescos en un día gracias a un nuevo servicio EMS del Correo japonés

24

La entrevista

Manteniendo el rumbo

Cómo responde el director general Patrick Donahoe a los retos y oportunidades que afronta el USPS

14

Secciones

Apuntes

4

El foco del editor

5

Panorama del mercado

25



Cubierta: Carlos Coelho
(www.infomen.org)

Marzo 2013

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

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

Jefe del Programa Comunicación: Rhéal LeBlanc (RL)

Jefe de redacción: Faryal Mirza (FM)

Colaboradores: Jérôme Deutschmann, Tobe Freeman, Morven McLean, Kayla Redstone

Traducción: Rosa Cifuentes, Rosario Silva

Edición de textos: Rosa Cifuentes

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

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

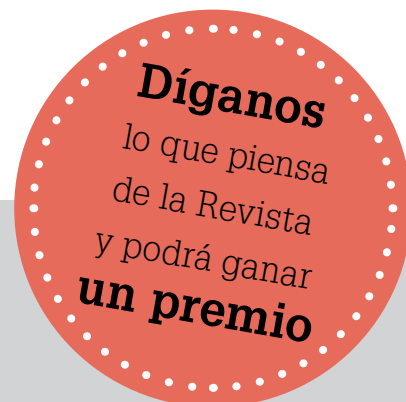
E-Mail:
faryal.mirza@upu.int
Sitio Web:
www.upu.int

Apuntes

Encuesta entre los lectores 2013



La encontrará en este número o en el siguiente link
<https://www.surveymonkey.com/s/WT5NSZJ>



CEP 2013

¡Nos ponemos en marcha!

El nuevo Consejo de Explotación Postal (CEP) se pondrá inmediatamente a trabajar cuando inicie su primera sesión después del Congreso, del 8 al 19 de abril de 2013, en la sede de la UPU en Berna.

El CEP no solo finalizará los planes de trabajo de los diversos grupos, sino que también aprobará enmiendas a los reglamentos internacionales relativos a los envíos de correspondencia y encomiendas postales.

Más de 150 propuestas están sobre la mesa para su revisión con objeto de modificar los reglamentos en virtud de las decisiones tomadas por el Congreso de Doha celebrado en 2012. Los Correos de todo el mundo dependen de estos reglamentos para tratar cada año miles de millones de objetos postales más allá de sus fronteras. Los mismos, cubren todos los aspectos de la actividad postal, desde los objetos prohibidos hasta la seguridad postal, normalización, exenciones y cargos. Los reglamentos revisados entrarán en vigor el 1 de enero de 2014.

Los grupos, dependientes de cinco grandes comisiones o directamente del plenario, adoptarán sus planes de trabajo para los próximos

cuatro años. Los grupos están centrados en aspectos operativos que van desde la normalización al transporte pasando por la seguridad, aduanas, calidad de servicio y desarrollo de nuevos productos y servicios además de los ya existentes.

Integración

Un grupo totalmente nuevo del CEP – Estrategia e Integración de los Productos – comenzará su trabajo aplicando un enfoque integrador al desarrollo de servicios físicos tales como las cartas, los paquetes y los envíos EMS.

«Nuestra actual gama de productos debe ser sostenible si queremos aumentar nuestro negocio en el mercado emergente transfronterizo del comercio electrónico y responder a las necesidades de nuestros clientes», ha declarado el británico Chris Powell, que preside el Grupo. «La UPU debe basar sus acciones en un enfoque integrado que refleje las exigencias de los clientes a la hora de definir una gama estructurada de servicios bien diferenciados que cubran los aspectos relativos a la calidad, fiabilidad, durabilidad, devoluciones y despachos aduaneros. Ade-

más también debemos saber explicar cómo nosotros, los Correos, aportamos soluciones a los problemas que surgen».

El nuevo grupo de usuarios .post, creado en el Congreso de Doha para contribuir al desarrollo futuro del dominio de primer nivel patrocinado por la UPU, también tendrá su primera asamblea general y elegirá su presidencia, vicepresidencia y los miembros del comité de gestión.

Para el nuevo presidente del CEP, el japonés Masahiko Metoki, una comunicación fluida y una rápida toma de decisiones deben estar entre los principios que regirán el presente ciclo: «Debemos crear una comunicación estrecha y continua entre todas las partes interesadas», afirma.

Se espera que unos 800 delegados participen en la sesión del CEP del mes de abril. El Consejo de Administración también celebrará reuniones desde el 22 al 25 del mismo mes, pero su primera sesión oficial, que tendrá tres semanas de duración, se iniciará el 28 de octubre y finalizará el 15 de noviembre próximos. **RL**

El foco del editor

Gracias a los aviones, trenes y automóviles la distribución del correo es más rápida que nunca. Pero el concepto de «rapidez» es relativo: hacer llegar un envío a través de las fronteras implica una serie de dificultades operativas, geográficas y culturales. Además de estos factores, intervienen a lo largo de la cadena logística diferentes participantes, cuyas acciones pueden tener un impacto en el tiempo de distribución de una simple tarjeta postal o de una compra a través de Internet.

Este es el contexto en el que se inscribe nuestro tema de cubierta. Se están llevando a cabo trabajos importantes por parte de los países miembros de la UPU, las autoridades aduaneras y las compañías aéreas para garantizar que la cadena logística no se interrumpa por razones de seguridad. El tema de cubierta proporciona una instantánea sobre el avance de los trabajos en los diferentes sectores concernidos.

En los otros artículos, una entrevista con el responsable del mayor Correo del mundo, en términos de volumen de correo, nos informa de los recientes acontecimientos en el Servicio Postal de los Estados Unidos (USPS). Patrick Donahoe ve la luz al final del túnel y está preparado para luchar por el futuro de la organización.

Los lectores descubrirán también los resultados de un nuevo estudio que establece la relación entre la calidad de servicio postal y la eficacia del gobierno de una nación. Este estudio preliminar, llevado a cabo por las más importantes escuelas de negocios norteamericanas, es algo completamente novedoso y a buen seguro hará que los lectores estén a la espera de otros similares.

FARYAL MIRZA, JEFA DE REDACCIÓN

Filatelía

Una paloma franquea de nuevo los envíos de la UPU



El 23º sello oficial de la UPU ha sido diseñado por los artistas gráficos residentes en Berna, Maya Arber y Daniel Dreier.

La UPU cuenta con un nuevo sello oficial para uso exclusivo del correo enviado desde su sede en Berna.

El sello, emitido por el Correo Suizo, rinde homenaje a la famosa Paloma de Basilea, un sello no dentado emitido en 1845, que representaba una paloma blanca sobre un escudo rojo. Fue el primer sello del mundo en relieve y en color.

El valor del sello es de 1,90 francos suizos, la tarifa internacional de franqueo desde Suiza, y puede comprarse en las oficinas filatélicas del Correo Suizo (philatelie.bern@post.ch) o en la sede de la UPU.

Los sellos oficiales de las organizaciones internacionales se emiten por

los Correos de los países en los que están situadas las sedes centrales de dichas organizaciones. Sólo pueden utilizarse para el correo enviado desde estas oficinas centrales. La UNESCO en París y el Comité Olímpico Internacional en Lausana tienen sus propios sellos emitidos por el respectivo Correo nacional.

El Correo Suizo ha sido pues el emisor del 23º sello oficial de la UPU y lo hizo el 9 de octubre de 2012 durante el 25º Congreso Postal Universal celebrado en Doha, Qatar. Se espera que sea un gran éxito entre los coleccionistas. **JD**

Apuntes

Perfil

El esfuerzo vale la pena

Nombre: Jocelyne Kouamé

Dirección: Cooperación al desarrollo (DCDEV)

Cargo: Asistente, Programa Regional para África y países menos desarrollados

Nacionalidad: Marfileña



Mientras que los expertos y delegados de la UPU están sobre el terreno en África, participando en una misión o un taller, Jocelyne Kouamé se ocupa

entre bambalinas de que todo marcha según el plan establecido. Si hay que contratar consultores, enviar equipos, becas que distribuir, reservar un vuelo o un hotel en el marco de un proyecto de la UPU en África, Jocelyne es la que se encarga de todo.

El equipo con el que trabaja ayuda a los países menos desarrollados a mejorar su calidad de servicio en el marco de los proyectos regionales africanos. Como su relación con África es muy estrecha, a menudo otras unidades se dirigen a ella y a sus compañeros en busca de apoyo. «Cuando nuestros colegas organizan talleres, nosotros les ayudamos. Ahora mismo estoy colaborando en la elaboración del Plan de Desarrollo Regional para África», añade.

Kouamé comenzó a trabajar en la UPU en 2002. Después de estudiar Derecho y hacer un máster en gestión

en Francia, tenía que escoger entre volver a Costa de Marfil o seguir a su padre, diplomático, a Suiza. Se decidió por lo último y realizó un *stage* en la Oficina Internacional en la dirección de Desarrollo de Mercados. Después trabajó en el servicio filatélico, y finalmente recaló en la DCDEV, su destino actual. «Conozco las dos culturas y, por tanto, comprendo las diferencias de mentalidad», afirma.

El puesto de Jocelyne es exigente, pues las tareas de planificación y los problemas no cesan más que cuando se termina la reunión y una vez que todos los participantes están de vuelta en sus respectivos países. Pero el esfuerzo vale la pena. «Me gusta mi trabajo, aunque a veces sea estresante, porque sé que ayudo a países africanos que tienen verdadera necesidad de nuestro apoyo», concluye Jocelyne. **KR**

Desarrollo de mercados

De la publicidad directa al marketing directo

¿Por qué el Foro para el Desarrollo de la Publicidad Directa de la UPU se llama ahora Foro para el Desarrollo del Marketing Directo?

Muchos Correos diversifican su oferta y proponen cada vez más productos y servicios innovadores. Aunque la publicidad directa es todavía una parte significativa de los volúmenes de envíos de correspondencia, el Congreso de Doha de 2012 decidió que la UPU debería expandirse englobando todos los productos y servicios innovadores y todos los tipos de marketing directo utilizados por los clientes postales. Un entorno multimedia creado a partir de los

desarrollos tecnológicos de estos últimos veinte años ha llevado a los Correos a combinar cada vez más el tradicional publicorreo con otras formas de marketing directo.

«Era importante para la UPU reflejar la nueva realidad. Muchos Correos hoy día recurren a campañas multicanal integradas que van más allá de la sola publicidad directa», recuerda Raquel Ferrari responsable del programa de marketing directo y relaciones con las partes interesadas.

La UPU ayudará a los Correos a profundizar en su conocimiento del marketing directo y a desarrollar estrategias de innovación y diversifi-

cación de productos y servicios; esto contribuirá a que se posicionen como canales importantes de marketing directo y a la expansión económica y comercial del segmento.

Varios Correos, entre ellos Canada Post y Norway's Posten, han creado ya unidades especiales dedicadas a los medios digitales o han adquirido compañías subsidiarias especializadas en el marketing directo.

Los 47 miembros de Foro para el Desarrollo del Marketing Directo incluyen a Correos, empresas privadas y asociaciones. **JD**

El agua, un tema que en 2013 hará correr mucha tinta

Los países miembros de la UPU tienen hasta el 30 de abril de 2013 para proponer la carta que les representará en el Concurso Internacional de Composiciones Epistolares de este año. El tema de la edición de 2013, dedicado a las razones que hacen del agua un recurso tan precioso, coincide con el Decenio Internacional para la Acción «El agua fuente de vida» 2005–2015.

Un jurado internacional de expertos especializados en temas relacionados con el agua juzgará las composiciones. Entre ellos están, Ivan Draganic, experto del programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) en su oficina de Ginebra; Adrian Puigarnau, jefe de programa del Instituto Internacional del Agua de Estocolmo; Ryan Rovwe, especialista en comunicaciones del Instituto del Agua de Carolina del Norte en Chapel Hill, y Stéfanie Neno, responsable de la comunicación de UN-Water.

El acceso al agua garantiza la salud y el bienestar de los humanos así como la protección del medio ambiente. Aunque Naciones Unidas afirma que el mundo ha alcanzado este Objetivo para el desarrollo del milenio, que consiste en la reducción a la mitad la población que no tiene acceso seguro al agua potable, el 11 por ciento todavía no lo ha conseguido.

Unos 60 países y cerca de 2 millones de jóvenes participan en la competición anual de la UPU. El nombre de los ganadores se anunciará a lo largo del próximo mes de agosto.

Un libro que reaviva los recuerdos

¿Qué ha sido del brasileño Sergio Fuchs da Silva, el primer ganador del Concurso de Internacional de Composiciones Epistolares de la UPU en 1972? ¿O del paquistaní Faisal Muneeb, del irlandés Richard Nash y de la nepalí Shira Timilsina, los ganadores en 1982, 1986 y 1988, respectivamente?

No eran más que unos adolescentes cuando ganaron el concurso y ahora podemos conocer que ha sido de su vida, y de la de otros vencedores, en un nuevo libro sobre el concurso internacional de la UPU. El libro, titulado «Giving Youth a Voice», reúne todas las cartas ganadoras desde 1972 a 2011, e incluye capítulos sobre la historia de la competición y la situación actual de la escritura epistolar.

Los organizadores del concurso han investigado con entusiasmo para contarnos que ha sido de los ganadores después de muchos años. «No fue fácil encontrarlos – la gente se traslada de lugar o se casa – pero con un esfuerzo en la investigación, persistencia, ayuda de colegas de los

países miembros y la magia de las redes sociales, hemos localizado a más de 20», afirma Rhéal LeBlanc, jefe del programa de comunicación de la Oficina Internacional. «Fue fascinante descubrir qué están haciendo hoy día nuestros campeones del pasado y escuchar sus, todavía, vivos recuerdos de la competición»

El libro ciertamente transmite el impacto que tuvo el concurso en estos adolescentes como uno de los eventos más importantes en sus jóvenes vidas. «Ganar el premio me convenció de que escribir es un acto muy hermoso y un instrumento poderoso para expresarse», asegura la bangladesí Sharmini Abbasi, ganadora en 1984, que finalmente se convirtió en escritora.

Disponible en inglés y francés, el libro rinde homenaje al concurso de escritura epistolar y recuerda a los lectores el poder de la palabra escrita.





Cruce de fronteras: mayor rapidez y seguridad



La Unión Postal Universal (UPU) trabaja estrechamente con la Organización Mundial de Aduanas (OMA) y otras organizaciones internacionales, para que miles de millones de envíos postales puedan llegar a su destino final con la mayor seguridad y lo más rápidamente posible.

.....
Por
Morven McLean

Ilustraciones:
Carlos Coelho

Miles de millones de envíos postales recorren el mundo a través de las redes de los operadores designados de los 192 países miembros de la UPU. Según las últimas cifras, estos envíos incluyen 58 millones de paquetes, 4.7 miles de millones de cartas y más de 50 millones de envíos EMS o exprés.

Es cierto que los clientes envían cada vez menos cartas, sin embargo el comercio electrónico mantiene un crecimiento constante: las redes de la UPU registran un aumento de los volúmenes de paquetes (de hasta 30 kg) y pequeños paquetes (de hasta 2 kg). Paralelamente, las constricciones reglamentarias y las condiciones de seguridad cada vez más duras en una economía globalizada tienen un impacto en la cadena de tratamiento del correo, lo que posiblemente ralentiza la distribución.

Los Correos han de hacer frente a varios dilemas. Se les exige cumplir con las obligaciones de servicio universal, lo que significa asegurar a todos el acceso a los servicios postales, responder a las necesidades de los clientes en términos de rapidez de distribución, y cooperar con los actores concernidos para garantizar el intercam-

bio de información y la seguridad. Y como el tiempo es dinero, todo retraso en la distribución de un envío significa menos remuneración para el operador postal responsable.

Sin embargo, los Correos se están preparando para afrontar estos desafíos. En el Congreso Postal Universal de 2012, los países miembros de la UPU adoptaron por primera vez normas mínimas obligatorias para la seguridad del correo. En el marco de otra decisión, la Unión también acordó suministrar anticipadamente a los organismos de control de fronteras, a las aduanas y a las autoridades de aviación datos electrónicos sobre los envíos. Desde hace años se llevan a cabo trabajos para mejorar el intercambio de información entre los operadores postales y las autoridades aduaneras. En efecto, el Comité de contacto OMA – UPU se creó en 1965. Según Akio Miyaki, Director de operaciones y tecnología de la UPU, «la coordinación a nivel internacional es esencial y la UPU se ha comprometido a reunir a todos los actores de la cadena logística a fin de encontrar soluciones a los problemas del correo internacional».



Calidad de servicio

Uno de los retos ha sido el de asegurar que los envíos transfronterizos lleguen a su destino final puntualmente y que los procesos aduaneros no sean un obstáculo para esa puntualidad. Como se ha reiterado en el 25° Congreso, esto es vital si los Correos quieren cumplir su compromiso de incrementar la calidad de servicio. En Doha, los países decidieron que, desde 2013, el porcentaje de envíos internacionales de correspondencia prioritarios entregados según el estándar D+5 tendría que alcanzar el 85 por ciento.

Akhilesh Mathur, coordinador de la cadena logística de la UPU, afirma: «Si las aduanas emplean mucho tiempo en realizar sus formalidades, el resultado es que el correo se retrasa. Por eso queremos ayudarles a hacer su trabajo lo más rápidamente posible, para que también los clientes postales reciban su correo lo antes posible».

Pre-avisos

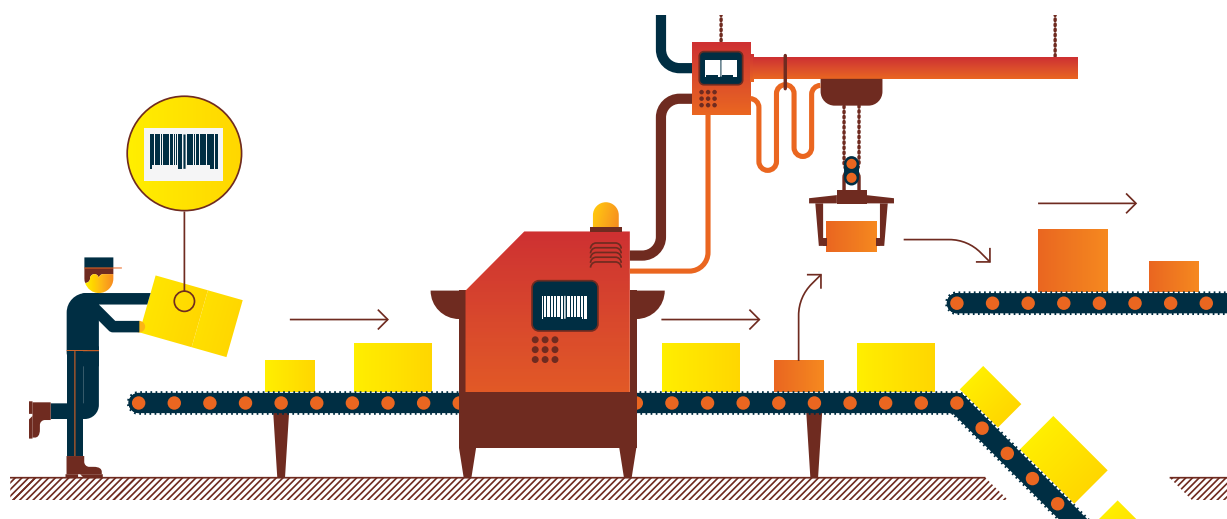
Aquí es donde entra en juego el avance de información sobre los envíos a los copartícipes en la cadena logística de la UPU. La reciente decisión del Congreso abre el

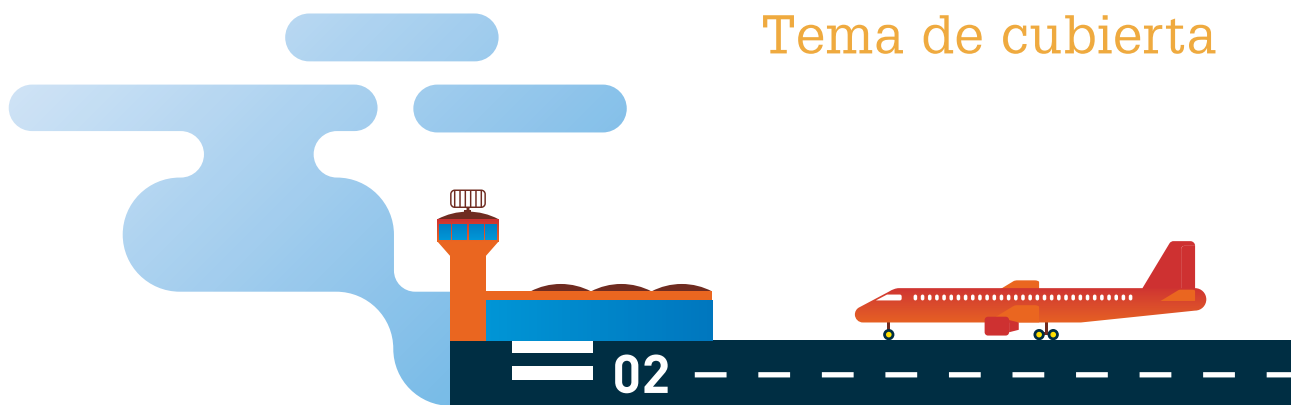
camino a esta práctica, que se apoyará en un mensaje electrónico normalizado desarrollado en consulta con la OMA.

El mensaje electrónico completará los formularios de declaración aduanera CN 22 y CN 23 actualmente disponibles en soporte papel y finalmente será obligatorio para los 192 países miembros de la UPU. «Hemos observado una tendencia general a automatizar los procesos de la cadena logística», explica Peter O'Neill, del Correo canadiense, que preside el grupo de trabajo Aduanas y ha estado implicado en las pruebas de este mensaje electrónico normalizado durante los últimos seis años.

Al mismo tiempo, la UPU, con el apoyo financiero de su Cooperativa EMS (asociación de operadores designados centrada en mejorar sus servicios de correo exprés) y de Canadá, ha desarrollado un sistema informático interoperable (el Sistema de Declaración Aduanera o SDA) que puede utilizarse para compartir información tanto por los Correos como por las Aduanas. Una primera versión se va a poner en marcha en 2013.

O'Neill dice que los Correos tendrán la opción de integrar el SDA en su entorno logístico y en su proceso de





tratamiento pero esto llevará su tiempo. «Estamos reestructurando todas nuestras oficinas de cambio en Canadá a fin de poder integrar este software a principios de 2014», asegura.

Fijación de normas

Para intercambiar este tipo de datos por vía electrónica, primero había que desarrollar y probar un mensaje normalizado – el ITMATT. Los Correos del grupo encargado de las pruebas intercambian ya este tipo de mensajes aplicado a los envíos postales. Como explica Peter O'Neill, las pruebas se realizan en varias etapas. Primero, el objetivo de los Correos participantes era copiar los datos de los envíos postales que figuran en soporte papel en las fórmulas electrónicas que ellos enviaban y recibían. Después, se realizaban comprobaciones con las autoridades aduaneras nacionales seleccionadas.

Otro paso más, según O'Neill, será el intercambio de datos con las compañías aéreas, lo que permitirá a la compañía transportadora conocer el estatus del correo que transporta, y así podrá transmitir las informaciones a las autoridades de seguridad del país de destino. «En principio, se trata de alcanzar ese nivel de detalle que permita a las autoridades filtrar el correo a nivel de envíos verificando si es posible el transporte por vía aérea; acto seguido, podrán realizar los procedimientos aduaneros habituales, relativos a la admisión en su territorio, a las transacciones fiscales y a los objetos prohibidos», explica O'Neill.

Las aduanas canadienses y de los Estados Unidos han participado en muchas de estas pruebas efectuadas para mejorar y optimizar las normas del mensaje. «Hemos informado a nuestros colegas de la OMA que ya contamos con una cierta experiencia práctica y que nos gustaría tener su aprobación para poner en marcha un mensaje normalizado que podría ser utilizado a nivel universal», continúa Peter O'Neill.

La respuesta de la OMA, basada en los excelentes resultados de los tests, fue entusiasta: «La OMA apoya firmemente esta iniciativa e invita a las administraciones aduaneras y a los operadores postales a cooperar a nivel nacional para garantizar la integridad y la seguridad de los envíos postales y reducir los riesgos para el tráfico postal».

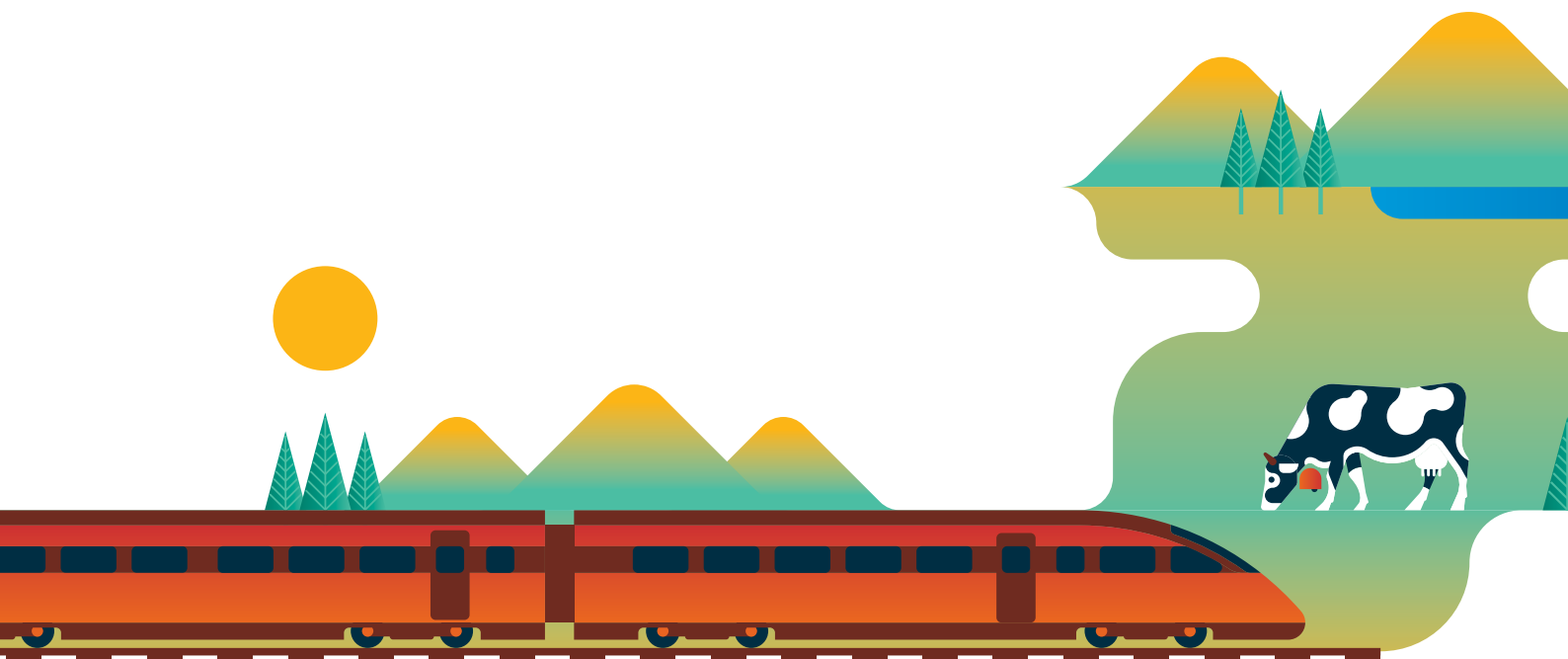
Proyecto piloto

La Agencia de Servicios Fronterizos de Canadá (ASFC) y el Correo canadiense han realizado con éxito proyectos piloto simulando el envío y la recepción de datos electrónicos. La ASFC reconoció las numerosas ventajas que la adopción de un tal sistema podría ofrecer.

Royal Mail, de Gran Bretaña, es uno de los operadores postales que participa en los proyectos piloto desde su comienzo hace unos seis años. David Pilkington, responsable de la política internacional y aduanera, explica que los proyectos piloto están organizados sobre una base multilateral con diferentes organizaciones y empresas, y sobre una base bilateral que incluye a países clave, como Canadá y Estados Unidos, que también participan en el proyecto. El Reino Unido colabora con su Agencia de servicios fronterizos para preparar los cambios futuros.

«Hemos puesto en marcha a nivel interno una serie de proyectos con nuestra autoridad aduanera y nuestros servicios de fronteras, que controlan el correo a su llegada. Colaboramos con estas dos agencias para desarrollar el intercambio y la utilización de datos», nos explica David Pilkington.

El jefe de proyecto sobre el Intercambio Electrónico de Datos (EDI) de Royal Mail, Nick Glynn, añade que se trata de probar la infraestructura técnica. Diariamente se intercambian datos relativos a envíos de correspondencia reales, pero por el momento en pequeña escala. «Royal Mail recoge los datos y los envía a el Servicio Postal de Estados Unidos y a Canada Post. El balance es positivo, inter-



cambiamos datos todos los días con estos dos operadores postales, pero debemos desarrollar más este proyecto para llegar a una solución global», añade Glynn.

O'Neill está de acuerdo en que hasta el momento la experiencia ha sido un éxito: «Ha puesto las bases para que el intercambio de datos se haga realidad. Ahora el mensaje normalizado debe responder a objetivos múltiples» Podrían crearse sinergias importantes gracias al intercambio de información, permitiendo facilitar la seguridad en las fronteras, el transporte aéreo y la seguridad postal» subraya.

El papel clave del cliente

A buen seguro, no se puede perder de vista el papel primordial de los clientes en la transmisión electrónica de datos. La información que figura sobre el envío que recibirá el país de destino, debe ser correcta y escrita en debida forma en el lugar de origen. «Para nosotros, los Correos, el cambio más importante concierne a la transacción con el cliente y la calidad de esta transacción». Es ciertamente el mayor reto de este proyecto, según Peter O'Neill.

«Canadá se parece probablemente a otros muchos Estados del mundo. Tenemos grandes centros urbanos en los que el acceso a Internet de alta velocidad nos permite comunicar con el cliente, tanto si está preparando un paquete en su oficina o en casa, y también zonas rurales donde Internet no es siempre fiable», añade.

Con la clientela comercial, recoger las informaciones pertinentes no debería normalmente causar problemas. Los llamados usuarios sociales son, en cambio, otra historia. «Es una realidad: contamos con 64 millones de

clientes en el Reino Unido que pueden entrar en una oficina de correos y depositar allí un paquete junto con su declaración aduanera», nos explica David Pilkington. «Se trata de un enorme cambio cultural para nuestros clientes y de un enorme reto para nosotros recoger todos esos datos y remitirlos, a la vez que cumplimos con nuestras obligaciones de servicio universal».

Los Correos gozan de la confianza de sus clientes y tienen que trabajar con ellos a lo largo de la transición explicándoles los cambios, añade David Pilkington. «Los Correos nos encontramos en una posición privilegiada en la medida que somos los prestatarios de servicios de confianza y nos beneficiamos de la confianza de la comunidad. Debemos habituar al público a que nos notifique los datos útiles. Debemos también proteger estos datos, que comunicaremos a terceros que los utilizarán a los efectos de los despachos aduaneros».

Próximos pasos

Está previsto que los mensajes ITMATT comiencen a funcionar en el ciclo actual, empezando por los países que ya han completado con éxito los tests. Aunque los últimos ajustes técnicos ya se han realizado, todavía hay un obstáculo que remontar. «Una de las condiciones indispensables de la puesta en marcha de estos mensajes es un buen sistema de comunicación entre los Correos y las aduanas o las autoridades de control fronterizo», según Harald Weyerich, director del Centro de Tecnología Postal de la UPU que ha liderado el desarrollo técnico de los mensajes ITMATT y el SDD.

La OMA lo confirma: «Un sistema de intercambio de mensajes no funciona en solitario. Debe formar parte del

«Para nosotros, los Correos, el cambio más importante es la transacción con el cliente y asegurar la calidad de esta transacción»

proceso de la cadena logística implicada en el despacho aduanero de los envíos postales. Deben establecerse los lazos apropiados en materia de comunicación entre las aduanas nacionales, los operadores designados y las otras partes interesadas».

David Pilkington es consciente de que falta mucho por hacer todavía durante el próximo ciclo 2013–2016. «El Congreso acordó consagrar muchos esfuerzos durante dicho ciclo al desarrollo de un sistema que nos permita intercambiar datos. Debemos establecer las reglas, el marco jurídico, las normas o los procesos que permitan intercambiar los datos. Pero no se trata de adoptar un enfoque «bing-bang», afirma.

En efecto, el Congreso de la UPU ha reconocido en una resolución que «los niveles de recursos, de expertos, de equipos y de mano de obra siguen siendo muy desiguales entre los operadores designados». «La infraestructura es el elemento más importante. Los países deben encontrar los recursos necesarios para poner en marcha sistemas informáticos operativos», precisa Aki-lesh Mathur.

Los Correos tienen ante sí el reto de transmitir los datos electrónicos a los efectos de los trámites aduaneros y la seguridad de las fronteras. Incluso si estos cambios no tienen lugar de la noche a la mañana, el trabajo va por buen camino. **MM**

Morven McLean es periodista residente en Berna, Suiza.



Total Shipping / Package Volume

14% GROWTH

1 Billion
3.3 Billion
3.5 Billion

010

(In P



UNITED STATES
POSTAL SERVICE



UNITED STATES
POSTAL SERVICE

Manteniendo el rumbo

Para Patrick Donahoe, director general del Servicio Postal de Estados Unidos de América (USPS), el futuro del sector postal es brillante, a pesar de los importantes desafíos.

Por
Rhéal LeBlanc
y Faryal Mirza

Fotos: USPS

Union Postale: Hace cuarenta años que usted trabaja en el sector postal, ¿qué cambios ha habido en las actividades y en las necesidades de los clientes?

Patrick Donahoe: He asistido a una transformación radical de las actividades del sector. En mis comienzos, el mayor volumen de trabajo estaba dado por las cartas ordinarias y los envíos prioritarios. Hoy en día, es una mezcla de envíos prioritarios, paquetes y correo publicitario. En la actualidad, tratamos correo digital y correo impreso y dentro de poco nos ocuparemos sólo del correo digital. Sí, el trabajo ha cambiado radicalmente.

Teniendo en cuenta los difíciles tiempos económicos que viven las empresas en general y el USPS en particular, ¿le ha ayudado su experiencia a la hora de adoptar decisiones cruciales, como la de reducir personal o cerrar oficinas de Correos?

Una de las cosas que más me sirvió fue conocer exactamente lo que sucedía dentro de la organización. Eso y el hecho de haber estado al frente de la administración durante varios años me dieron la estabilidad necesaria para poder planificar a largo plazo. Tuvimos que reducir la plantilla – un 36% en los últimos diez años –, pero fue a través de una disminución natural de los empleados, ya que gozábamos de una estabilidad que nos permitió anticipar la evolución del correo y manejar los acontecimientos desde esa posición.

Las cifras del primer trimestre de 2013 muestran un crecimiento en el sector de encomiendas y un mejor rendimiento. ¿Es el principio de la vuelta a la rentabilidad?

A pesar de los resultados alentadores, producto de los envíos de las fiestas de fin de año, no podemos responder afirmativamente, sobre todo porque estamos a medio camino del año fiscal y constantemente tenemos que enfrentar desafíos financieros. Para seguir adelante con las medidas aceleradas de reducción de costos continuaremos aumentando nuestro rendimiento y estaremos más cerca de lograr una estabilidad financiera a largo plazo. El Congreso de nuestro país debe hacer su trabajo y aprobar leyes que nos permitan realizar una mejor gestión de nuestros costos y nos den mayor flexibilidad comercial para poder funcionar como una empresa. Esas leyes nos ayudarán a garantizar la rentabilidad del USPS y de las actividades que dependen de él.

En cuanto a la reducción de costos, hace poco usted tomó la decisión de suprimir la distribución los sábados, ¿sigue conforme con esa decisión?

Totalmente. Hace poco anunciamos nuestro nuevo plan de distribución, que prevé cinco días para los envíos de correspondencia y mantiene seis días para las encomiendas. Adoptamos una nueva estrategia de entrega para adaptarnos al fuerte aumento de las encomiendas y a las dificultades financieras provocadas por los cambios en las modalidades de consumo de nuestros habitantes.

Este nuevo plan se iniciará en agosto. Una vez aplicado en su totalidad permitirá ahorrar 2.000 millones

«El Congreso de nuestro país debe aprobar leyes que nos permitan realizar una mejor gestión de nuestros costos y nos den flexibilidad comercial para poder funcionar como una empresa».

de dólares anuales. Según sondeos independientes, el 80% de los estadounidenses aprueba el plan. El público comprende nuestros desafíos financieros y apoya estas medidas que considera responsables y razonables para mejorar nuestras finanzas.

¿En qué medida piensa usted que las dificultades del USPS constituyen un barómetro para el resto del sector postal?

Si miramos nuestras finanzas veremos dos cosas. Primero, la mayor parte de nuestras dificultades de los últimos cuatro o cinco años provenían de la obligación de volcar cerca de 5.500 millones de dólares anuales al seguro de salud de los jubilados. Si no hubiéramos tenido que hacer esos desembolsos, habríamos podido reducir fácilmente los costos y mantener un balance positivo a pesar del descenso de los volúmenes de correo.

En segundo lugar, estos dos últimos años sufrimos nuevas pérdidas en las operaciones. Pasando a distribuir los envíos de correspondencia cinco días por semana y los paquetes seis días por semana podremos retomar un rumbo financiero positivo. La solución, para nosotros, es una legislación flexible que tenga en cuenta las necesidades actuales de refinanciación; no digo ignorar, pero sí reestructurar el pago. Ello nos permitirá reposicionarnos sobre buenas bases financieras.

Usted ha realizado una carrera profesional paso a paso. ¿Cómo ha sido su recorrido laboral en la organización?

He realizado un recorrido de lo más interesante. Empecé desde abajo, como empleado de ventanilla, cuando todavía estudiaba, y fui avanzando en la organización hasta llegar a la sede. Fui Director de Operaciones unos diez años y hace dos años pasé a ser Director General. Aprendí mucho y espero haber ejercido una influencia favorable en el Correo y en el ámbito postal.

¿Cuál es su pronóstico sobre el futuro del sector?

Me conocen por mi confianza en el futuro del Correo y del sector postal en su conjunto. No faltan oportunidades, ya sea en lo que se refiere al correo prioritario, el marketing directo o los paquetes.

La era digital es una oportunidad que hay que aprovechar para el futuro, no sólo en Estados Unidos de América, sino en todo el mundo. Es una cuestión de voluntad, trabajo, planificación y realización.

Consideramos que, una vez superados los obstáculos de orden legal, retomaremos el camino del crecimiento. Nuestro sector de correo ha logrado una buena estabilidad en estos dos últimos años. Los paquetes registran un aumento muy significativo y está previsto que esa tendencia continúe.

Usted ha participado en el Congreso de Doha 2012.

¿Qué le ha dejado su participación?

Aprendí mucho. Hay muchas similitudes entre los Correos. Tenemos los mismos problemas frente al desafío que presenta Internet y su influencia en nuestro sector. Otra cosa que he aprendido es que muchos otros Correos tienen un balance mucho más sólido en términos de servicios financieros y es una diferencia que se destaca cuando se observan las cosas de manera global.

Otro punto fundamental son las acciones que debemos realizar. Tenemos que trabajar en el marco de la UPU para lograrlas y debemos hacerlo cuanto antes. No hay que perder tiempo. Es vital que nos aboquemos rápidamente a hacer lo necesario para afrontar el futuro. **RL & FM**



USPS en cifras

522.144 empleados
31.272 oficinas de Correos administradas por USPS
160.000 millones de envíos tratados
40% del volumen mundial del correo
65.000 millones de dólares de ingresos, de los cuales 29.800 millones
proviene del correo prioritario
212.530 vehículos: una de las flotas más grandes del mundo
654.560 nuevos puntos de entrega agregados a la red

* Cifras de 2012.

.....
Foto: Patrick Donahoe entrevistado por periodistas.

«La era digital es una oportunidad que hay que aprovechar para el futuro, no sólo en Estados Unidos de América, sino en todo el mundo».

La devolución habla de la gestión



Según un nuevo estudio de las escuelas de negocios más renombradas, la calidad de los servicios postales de un país revela la eficiencia de las administraciones públicas.

Por
Tobe Freeman

De acuerdo con uno de los responsables del estudio, Andrei Shleifer, Experto en Economía Institucional, buena parte del debate sobre la ineficiencia de las administraciones públicas gira normalmente en torno a causas políticas. Los bajos niveles de transparencia y responsabilidad llevan a la corrupción, la ineficiencia y, en última instancia, a la inobservancia de las normas. Por tanto, para remediar la ineficiencia se sugiere reforzar la transparencia y la responsabilidad, así como otros aspectos de orden político.

Sin embargo, Shleifer y sus colegas adoptaron otro enfoque para explicar la ineficiencia de las administraciones. Observando el mundo empresarial y el sector privado se interesan en las normas relativas al capital humano, en la infraestructura tecnológica y, por último, en la calidad de la gestión de las instituciones públicas intentando comprender en qué medida esos factores contribuyen a mejorar la calidad y los servicios.

Pero, ¿cómo saber si esos factores, más bien de tipo comercial, son relevantes para el funcionamiento de las instituciones públicas? Para responder a esta pregunta, Shleifer y sus colegas de la Universidad de Harvard, de la Universidad de Ottawa, de la EDHEC Business School y de la Tuck School of Business de Dartmouth desarrollaron un enfoque sutil destinado a evaluar la calidad y la eficiencia de las administraciones a nivel mundial. Simplemente controlaron si el correo internacional dirigido a destinatarios ficticios se devuelve a su expedidor, como lo establece la Unión Postal Universal.

De conformidad con el artículo RL 147 del Reglamento relativo a Envíos de Correspondencia 2009, los operadores designados «deberán devolver *en forma inmediata* al

correo de origen los envíos de correspondencia cuya entrega fuere *evidentemente imposible*. El operador designado podrá conservar el envío durante un mes, aunque, en algunos casos, ese plazo podrá prolongarse a dos meses como máximo».

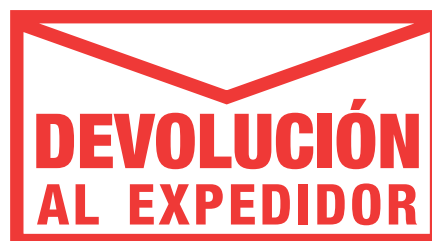
Se eligió la tarea de devolución de un envío porque los autores del estudio consideran que se trata de «un servicio público relativamente simple y universal». «Nos interesamos, por lo tanto, en la eficiencia de las administraciones focalizándonos en controlar si esta tarea se cumple realmente», revela el estudio. Los autores agregan que «la corrupción no desempeña ningún papel en el servicio público que elegimos. Devolver una carta o deshacerse de ella no obedece a ningún objetivo político».

Los universitarios enviaron cientos de cartas a direcciones comerciales inexistentes de 159 países utilizando nombres ficticios de empresas y calles de Estados Unidos. Aparte de eso, las cartas cumplían con todos los requisitos postales, como la correcta redacción de la dirección. En efecto, la dirección para la devolución – la del Tuck School of Business en Estados Unidos de América – se imprimió en caracteres bien visibles, con la indicación: «En caso de falta de entrega, sírvase devolver al expedidor».

Resultados a la vista

Luego de la espera, los resultados comenzaron a aparecer.

Ninguna carta fue devuelta antes de un mes. No obstante, el 60% de las cartas fueron devueltas. En efecto, todas las cartas enviadas dentro de Estados Unidos, así



De conformidad con el Reglamento relativo a Envíos de Correspondencia de la UPU, los Correos deben devolver inmediatamente al Correo de origen las cartas cuya distribución es «evidentemente imposible».

como a República Checa, El Salvador y Luxemburgo fueron devueltas a los 90 días. Otros 17 países lograron un 100% de devolución en los seis meses siguientes a la expedición. Entre ellos figuran Alemania, Argelia, Barbados, Canadá, Japón, Noruega y Uruguay. Un total de 16 países no devolvieron ninguna carta en el transcurso de los seis meses que duró el estudio. La mayoría de ellos son países de África, pero también figuran Camboya, Rusia y Tayikistán.

Los investigadores constataron que la infraestructura básica, en especial la cantidad de oficinas de Correos fijas que sirven a la población, tiene un fuerte impacto en el porcentaje de cartas devueltas. Cerca del 85% de las cartas destinadas a países de altos ingresos fueron devueltas, mientras que el 25% más pobre de la muestra mundial devolvió, en promedio, apenas un 32%.

La diversidad de los resultados relativos al índice de devolución es ilustrativa. Pone de manifiesto la inobservancia ampliamente extendida de una disposición clave de la UPU, a saber, que las cartas deben ser devueltas de manera sistemática en el plazo de un mes. También ofrece la oportunidad de analizar cuidadosamente la pertinencia de aquellos factores que tienen más que ver con aspectos económicos, como los recursos tecnológicos disponibles y la calidad de gestión.

Para evaluar el impacto de esos factores en la eficiencia de las administraciones, los autores utilizaron encuestas globales sobre infraestructura tecnológica y prácticas de gestión a nivel mundial. Sin sorpresas, constataron que las normas tecnológicas y de gestión tenían un importante impacto en los porcentajes de devolución y en el plazo necesario para la devolución de los envíos no distribuibles.

Casi la mitad de los resultados finales en materia de distribución de un país puede explicarse en función de si ese país dispone o no de recursos tecnológicos o infraestructura. Un factor clave es la existencia de máquinas de lectura de direcciones. Otro factor tecnológico que influye en el índice de devolución de las cartas es la calidad de las bases de datos utilizadas por esas máquinas para interpretar textos escritos en caracteres latinos.

Y cuando los autores analizaron la incidencia de la calidad de la gestión en dicho índice, la capacidad de los mandos superiores para supervisar y controlar a los empleados resultó relevante. Otros aspectos vinculados al capital humano, como el nivel general de formación de los empleados, parecen tener menor incidencia.

Por otra parte, Shleifer señaló que los resultados no permiten afirmar que el impacto de la responsabilidad y la transparencia en el funcionamiento de las instituciones públicas es algo sin importancia.

«Esos aspectos tienen un enorme valor para nosotros», explicó. Los resultados son particularmente interesantes para aquellos que se preguntan las razones de la ineficiencia de las administraciones. **TF**

Tobe Freeman es un experto en comunicación y marketing independiente radicado en Zurich (Suiza).



El documento de trabajo (Nº 18268) está disponible en el **National Bureau of Economic Research**
<http://www.nber.org>

Es la hora de África

Se cumple una primera etapa de los trabajos regionales de aplicación de la Estrategia Postal de Doha con el acuerdo de los países africanos sobre los proyectos prioritarios para el período 2013–2016.

Por
Rhéal LeBlanc
y Faryal Mirza

Los representantes de 24 Países miembros de la Unión Panafricana de Correos (UPAP), Unión restringida de la UPU, se reunieron en Arusha, Tanzania, los días 21 y 22 de febrero de 2013, para discutir sobre la modernización de los servicios postales en el continente, en el marco de un plan de desarrollo regional (PDR) elaborado por la Oficina Internacional de la UPU.

El PDR lleva la Estrategia Postal de Doha al ámbito regional y fija los presupuestos para cada uno de los proyectos prioritarios que buscan alcanzar las metas establecidas en ella. Cada una de las cinco regiones de la UPU elabora su plan al comienzo de un nuevo ciclo de trabajo.

En África, los proyectos se centrarán en el mejoramiento de la calidad de los servicios postales y en la aplicación de tecnologías de la información y la comunicación a los efectos de estimular el comercio electrónico y aumentar el volumen de las encomiendas y de los pequeños paquetes. Los Correos seguirán instaurando sistemas de seguimiento de los envíos, así como mejorando los mecanismos de distribución a nivel nacional. Además, pondrán en marcha sistemas de pago electrónico y estudiarán las posibilidades de utilizar .post, el dominio de primer nivel de la UPU.

Younouss Djibrine, Secretario General de la UPAP, se refirió al plan de desarrollo regional como una herramienta fundamental para mejorar los servicios postales, en especial en África donde se encuentran 30 de los 49 países clasificados a nivel mundial como menos avanzados.

«Esta herramienta no es un instrumento mecánico. Refleja los deseos, las aspiraciones y necesidades de una región particular que debe adoptar decisiones y enfren-

tarse a los desafíos del desarrollo postal en África», enfatizó.

El Director General de la UPU, Bishar A. Hussein, celebró el encuentro destinado a delinear un enfoque coherente para el trabajo futuro. «Mi deseo es ver a África en el centro de las actividades de la UPU...y consolidar su gran potencial», declaró Hussein, en su primer viaje oficial al extranjero desde que asumió su cargo en la UPU.



Mejorar la calidad del servicio en África es una prioridad.

La calidad ante todo

Los Correos de África han experimentado un importante desarrollo durante el período de trabajo 2009–2012. Por ejemplo, 13 países adoptaron el sistema de control mundial de la UPU utilizando la tecnología RFID para efectuar un mejor seguimiento de los envíos; 355 oficinas de Correos en seis países se conectaron al sistema de pago electrónico de la UPU y más de 20 países instauraron un plan integrado de reforma y desarrollo postal con miras a modernizar el sector postal y

cumplir mejor con la obligación de servicio universal.

A pesar de estos progresos, «todavía queda mucho por hacer para que los Correos africanos alcancen los niveles deseados», afirma Hussein. Mientras otras regiones han visto aumentar el sector de encomiendas, en África el mismo sector registró una disminución de 7,5% en 2010–2011. Incluso, si la calidad de la distribución de extremo a extremo del correo internacional se mantuvo estable en la región, falta mucho para que alcance la norma de 80% en cinco días (que pasará a 85% durante el período 2013–2016). En el año 2012, los mejores resultados se registraron en los países africanos de habla francesa. Según los resultados del control continuo de la UPU sobre unos cien enlaces evaluados, los Correos de esos

países distribuían en los plazos el 69% del correo internacional que se intercambiaban mutuamente, frente a un 52% del correo procedente de países industrializados.

La reunión en Arusha dejó en evidencia un desafío puntual: la necesidad de fortalecer la infraestructura postal en general, mediante la conexión eléctrica de las oficinas de Correos, por ejemplo. Cerca de mil oficinas de Correos de 19 países todavía no tienen electricidad, frente a cerca de 4.000 oficinas de 14 países que sí poseen energía eléctrica. También debe mejorarse el transporte a nivel nacional y regional, así como el sistema de redacción de la dirección.

Ganarse la confianza de los clientes

El Ministro de Comunicaciones, Ciencia y Tecnología de Tanzania, Makame Mbarawa, llamó a los países africanos a comprometerse seriamente con la reforma del sector postal.

«Los prestatarios del servicio deben mantenerse cerca de los clientes, fijando normas de calidad que se controlen regularmente. De no hacerlo, quedarán relegados frente a la competencia. Significa mucho más que la simple supervivencia de los servicios postales de África y del resto del mundo», afirmó el Ministro. «Debemos ganar la confianza de los clientes actuales y de los clientes potenciales, demostrándoles que el sector tiene la capacidad de cumplir sus promesas y que está cambiando para responder mejor a las necesidades y expectativas de los usuarios», agregó.

Se están culminando los demás planes de desarrollo regionales, en consulta con las distintas regiones, a los efectos de presentarlos en el período de sesiones del Consejo de Administración de la UPU de abril de 2013. Se llevarán a cabo debates regionales más profundos con ocasión de las reuniones anuales de las principales Uniones postales restringidas. **RL & FM**

La financiación de los proyectos

El presupuesto de la Cooperación para el Desarrollo de la UPU para los próximos cuatro años se fijó en unos 8 millones de francos suizos. Teniendo en cuenta el número de países menos desarrollados de África, esta región contará con el 38% de dicho presupuesto, mientras que el 16% será para América Latina, el 23% para Asia y Pacífico, el 13% para los Países Árabes y el 9% para Europa y los países de la Comunidad de Estados Independientes.

Dado que el presupuesto es limitado, la UPU cuenta con otras fuentes de financiación, como los Fondos voluntarios alimentados por algunos Países miembros o las contribuciones de organizaciones que se asocian en proyectos específicos.

También existe el Fondo para el Mejoramiento de la Calidad de Servi-

cio (FMCS), una fuente de recursos muy importante a disposición de los Países miembros.

Abdelilah Bousseta, Director de Cooperación para el Desarrollo en la Oficina Internacional, alienta encarecidamente a los Correos de los Países miembros de la UPU a hacer uso de los recursos del FMCS para financiar proyectos destinados a mejorar el servicio postal universal.

«El FMCS es un mecanismo de financiación importante, propio de la UPU, que los países deben utilizar para poner en práctica proyectos bien estructurados, con objetivos precisos y orientados a promover mejoras sustanciales en la distribución del correo», explica.

En la actualidad, el Fondo asciende a 55 millones de dólares y ha financiado más de 600 proyectos

desde su creación en 2001. Se alimenta con un porcentaje de los gastos terminales que pagan los Países miembros por el tratamiento recíproco de los envíos de correspondencia del servicio internacional de llegada.

La mayor parte de los proyectos del FMCS son nacionales y van desde la compra de vehículos, equipos o aplicaciones informáticas hasta la reorganización de las operaciones de tratamiento y encaminamiento destinadas a mejorar la distribución de los envíos. Pero, a veces, también sirve para financiar proyectos regionales, como el mejoramiento de la red de transporte entre varios países, o proyectos mundiales, como la instauración del Sistema de control mundial de la UPU en sus Países miembros. **RL**



Transferencias de dinero: se imponen las orientaciones estratégicas

.....
Incrementar el número de países que participan en el nuevo sistema de compensación y adoptar una marca colectiva común son los objetivos que están entre las prioridades de la UPU para estimular el desarrollo de las transferencias electrónicas de dinero a través del correo.



Correogiros en América Latina y en España, Mandat Expres International (MEI) en Senegal... la adopción de una marca común para todos los servicios de transferencias de dinero realizados a través de la red de la UPU reforzará su visibilidad

.....
Por
Rhéal LeBlanc

Los directores generales de una treintena de Correos, sus responsables de servicios financieros postales y expertos en el tema se han comprometido a avanzar rápidamente en esta cuestión durante una conferencia estratégica celebrada en París, a principios de marzo, para contribuir al lanzamiento de los trabajos de la UPU en este área.

Más de 60 países intercambian transferencias de dinero a través de la aplicación International Financial System (IFS) de la UPU y su red electrónica, que celebra su duodécimo aniversario el corriente año. Como esta red, bien establecida, continúa creciendo, los participantes en la conferencia acordaron que había que tomar decisiones estratégicas para impulsar las transferencias electrónicas de dinero hacia nuevas metas y reemplazar la obsoleta versión en papel de una vez por todas. Las transferencias electrónicas son más rápidas, más seguras, con más fácil trazabilidad y, finalmente, responden mejor a las necesidades de los clientes.

Sistema centralizado

El establecimiento de un sistema de compensación para garantizar los pagos de las transferencias de dinero entre los operadores postales es esencial, y la idea se ha hecho realidad después de varios años. Una primera versión del sistema lanzado en septiembre de 2012 en América Latina, donde una docena de Correos intercambia transferencias electrónicas de dinero entre ellos y con el operador designado de España, funciona bien. El reto consiste en extenderlo a los otros países. En París, catorce Correos de África del Oeste y Central se han mostrado muy interesados en participar en este sistema de compensación.

Omar Ndiaye, director de giros y transferencias de Correos de Senegal, está convencido de su utilidad. El Correo de Senegal solía intercambiar transferencias con diversos Correos africanos pero ha tenido que romper sus relaciones con los que no pagaban sus facturas. Con el tiempo, estos Correos acumularon enormes deudas con el operador senegalés, que permanecen impagadas hasta el día de hoy. Para Omar Ndiaye, el hecho de contar con reglamentos y con una cuenta central donde se depositen los fondos elimina dicho riesgo y, como las transferencias aumentan cada día más, tener un sistema de compensación será un importante activo desde el punto de vista competitivo.

«Este sistema nos permitirá alcanzar un nivel de rapidez superior y posicionar mejor nuestro servicio de remesas frente a los de la competencia», señala Ndiaye.

En abril, durante la sesión del Consejo de Explotación Postal en la sede de la UPU en Berna, las discusiones se centralizarán sobre todo en cómo adaptar el sistema en vigor en los países de América Latina para responder a las necesidades de todos los países que deseen adherirse al mismo. Entre otros aspectos, la versión actual es para una sola moneda, el dólar de EEUU; se necesita, por tanto, añadir otras monedas, como por ejemplo el euro, a fin de reducir los riesgos asociados al cambio.

Además se debatirá la elaboración de reglas de gobernanza comunes a todos los adheridos a la red. Si se toman las decisiones rápidamente, se podrían integrar otros países a principios del 2014.

Una marca común

Otro imperativo es adoptar una marca común a todos los Correos que ofrecen u ofrecerán transferencias electrónicas de dinero a nivel internacional.

El servicio se ofrece hoy bajo diferentes denominaciones dependiendo del país de origen: Mandat Electronique International o MEI en Francia y en varios países africanos; Correogiros en España y en América Latina; International Money Order en ciertos países de África del Este y de Asia. Las diferencias son numerosas. La UPU desea validar este año una marca colectiva que permita a los Correos reforzar la visibilidad y el marketing de su servicio.

Con 670.000 oficinas de correos en el mundo, las transferencias postales revisten una importancia manifiesta para los emigrantes y los habitantes de las regiones rurales y aisladas, donde los establecimientos bancarios son prácticamente inexistentes. La UPU está determinada a ayudar a los Correos a desarrollar las transferencias de dinero y hacerlas más accesibles con el fin de contribuir al objetivo mundial establecido por el G8 en 2009 de reducir las tarifas de envío en un 5% en cinco años.

En 2012, las transferencias realizadas por los emigrantes alcanzaron un total de 400.000 millones de dólares USA, es decir más que la ayuda oficial en materia de desarrollo y las inversiones directas extranjeras combinadas. **RL**



Escuche la opinión de los líderes postales sobre el papel que juegan los Servicios Financieros Postales en la inclusión financiera:

<http://actualites.upu.int/mediatheque/films-video/services-financiers-postaux/>

EMS llega a su mesa

Para los habitantes de Taiwán o Singapur que aman la gastronomía japonesa es un sueño hecho realidad: el nuevo producto del servicio EMS del Correo nipón ofrece la entrega al día siguiente de encomiendas conteniendo productos frescos.

Por
Faryal Mirza

Creado especialmente para responder a las necesidades de los japoneses que viven en el extranjero, aunque al alcance del público en general, el servicio Cool EMS se pondrá a prueba a partir del 1° de abril de 2013 hasta el 31 de marzo de 2014. Esta oferta surge de un acuerdo entre el servicio EMS del Correo de Japón y la compañía aérea Japan Airlines (JAL). Cool EMS permite transportar encomiendas de hasta 15 kg en una caja especial dotada de envases refrigerantes reutilizables. El contenido se conserva a una temperatura de entre 2°C y 10°C hasta 80 horas, asegura el Correo.

Será la primera vez que se ofrece en la región Asia y Pacífico un servicio de esta clase a través de la red de EMS, el más rápido de los servicios postales. «Tal vez existen algunas empresas privadas de mensajería que ofrecen un servicio similar, pero, por lo general, es demasiado caro para el cliente. Las tarifas de Cool EMS son más asequibles», afirma Naozasu Shiozawa, del Correo de Japón.

El servicio se puso en marcha para responder a las demandas de los clientes que deseaban enviar o recibir alimentos frescos por correo. «Hay muchos turistas de Taiwán y Singapur que visitan Hokkaido, al

Norte de Japón, y que desean regresar con productos frescos, pero las disposiciones sobre el contenido del equipaje aéreo lo prohíben», agrega Shiozawa. «Además, existen muchos restaurantes japoneses importantes en Singapur y Taiwán que desean proveerse de alimentos de Japón».

Las tiendas de recuerdos de Hokkaido también han solicitado al Correo la posibilidad de enviar comestibles, como salmón o cangrejo frescos, en pequeñas cantidades mediante envíos de correspondencia o envíos EMS. Hokkaido tiene una buena reputación gastronómica. Posee más de la cuarta parte de la tierra arable de Japón, así como una buena parte de la acuicultura.

El Correo japonés se puso en contacto con Japan Airlines porque estaba al tanto de que la compañía aérea ya realizaba el transporte de productos farmacéuticos y otros artículos médicos sensibles al calor en contenedores especialmente refrigerados. Como respuesta, la compañía aérea modificó el diseño de sus cajas para adaptarlas al transporte de alimentos.

Recogida

Cuando el servicio se ponga en marcha, el Correo japonés se encargará de recoger los envíos en los locales

de los clientes e inmediatamente efectuará el embalaje en cajas Cool EMS. Para que pueda distribuirse al día siguiente, la caja se encaminará a continuación a la oficina de Correos, donde se procesará y expedirá como envío EMS ordinario desde la oficina de cambio internacional. Un acuerdo con la aduana de los países importadores permitirá un tratamiento acelerado de los envíos Cool EMS, que serán liberados para su entrega al destinatario final.

«Aunque ligeramente diferente, la cadena de explotación no es nada complicada. La diferencia más importante radica en el punto de entrega, ya que los empleados postales deben recuperar las cajas refrigerantes vacías para devolverlas al Correo de Japón», afirma Shiozawa. Agrega, además, que estos envíos se procesan como las sacas M vacías y que por tanto no hay gastos de transporte aéreo por la devolución de las cajas a Japón.

En cuanto al futuro, se anuncia prometedor. Habida cuenta de la diáspora de japoneses y la cantidad de amantes de la gastronomía nipona que residen en el extranjero, se prevé extender el servicio a otros puntos de la región y hasta incluir en la gama de productos los alimentos congelados. **FM**

JAPÓN

TAIWAN/SINGAPUR

aceptación
por
el Correo

transporte
interno

oficina de cambio
internacional

transporte por
Japan Airlines

oficina de cambio
internacional

transporte
interno

entrega a
domicilio

alimentos frescos
en caja refrigerante

tratamiento como un
envío EMS ordinario

despacho aduanero

despacho aduanero

tratamiento como un
envío EMS ordinarios

retirada de los alimentos de su embalaje y devolución a Japón de la caja refrigerante

El Servicio Postal de Estados Unidos de América lanza su primer sello de Correos de valor permanente para el servicio internacional



El Correo de Estados Unidos de América ha presentado su primer sello de valor permanente para el servicio internacional, que permitirá enviar una carta prioritaria de hasta una onza hacia cualquier destino fuera de fronteras. Estos sellos no poseen valor facial y podrán ser utilizados en el futuro aunque las tarifas internacionales varíen.

«El USPS es el primer operador de América del Norte que emite un sello de valor permanente a nivel internacional, ya que Francia, Gran Bretaña y Países Bajos han lanzado emisiones de este tipo en Europa», explica Louis Virgile, Jefe del programa «Filatelia» de la Oficina Internacional. Sostiene que con estas emisiones se favorecen tanto

los clientes como los operadores. «Es una ventaja para los clientes pues pueden comprar estos sellos y utilizarlos cuando quieran sin tener que preocuparse por los cambios en las tarifas», sostiene Virgile. «Del mismo modo, un sello permanente ofrece a quien lo emite la posibilidad de producir bloques o carnés en grandes cantidades, ahorrándole costos significativos», agrega.

Los coleccionistas también se mostrarán interesados en agregar estos sellos a sus colecciones. Está disponible en hojas autoadhesivas de 20 unidades, por un valor de 1,10 dólares cada sello. Este sello también puede utilizarse para el franqueo de cartas de 2 onzas con destino a Canadá. **FM**

Resumen

América del Norte

Estados Unidos de América y Canadá acordaron armonizar sus respectivos valores para el despacho aduanero de mercaderías de escaso valor a fin de acelerar la entrega. Los envíos de un valor inferior a 2.500 dólares, estadounidenses o canadienses, podrán ahora pasar la frontera mediante el procedimiento de «declaración no oficial», que establece menos trámites y gastos de tratamiento. La armonización de los límites de valor está orientada a mejorar los intercambios comerciales y acelerar el paso fronterizo de los envíos.

Brasil

Correios, el Correo de Brasil, asegura haber logrado ampliamente sus objetivos anuales de calidad para la prestación de los servicios postales básicos correspondientes a 2012. El gobierno fijó al operador nacional sus primeros objetivos de calidad a principios del año pasado. El Correo logró el objetivo de una oficina de Correos en cada municipio del país antes de

noviembre de 2012, es decir, el acceso a los servicios postales en 5.565 municipios.

Correios inauguró un nuevo servicio de distribución exprés. SEDEX 12 ofrece la entrega garantizada de documentos y mercaderías al mediodía del día hábil siguiente al depósito. Este servicio estará disponible en varios Estados, en zonas que no tienen acceso al servicio SEDEX 10, ya existente.

Canadá

El Correo de Canadá ha desarrollado una aplicación para utilizar sus servicios postales electrónicos a través de Smartphones. Esta aplicación permite a los usuarios pagar sus facturas gracias a un sencillo sistema de pago en línea. También es posible realizar el seguimiento de los envíos y buscar información sobre la oficina de Correos más cercana, las tarifas y los códigos postales.

Estonia

El Correo de Estonia asume el control total de la empresa postal Estonian Electronic Mail Ltd. tras el retiro del grupo finlandés Itella. El Correo confirmó haber adquirido el 49% que estaba en manos del grupo finlandés. Instalada en Tallin, Estonian Electronic Mail Ltd. suministra servicios de impresión rápida y correo de negocios.

Francia

Según la **Fevad** (Federación francesa de comercio electrónico y venta a distancia) las ventas del comercio en línea en Francia han aumentado un 19% en 2012, alcanzando así los 45.000 millones de euros (61.000 millones de dólares) y se espera un aumento de dos dígitos para este año. A propósito de estas cifras, la Ministra de Comercio, Sylvia Pinel, manifestó que las ventas a distancia son «el corazón de la evolución» de los hábitos de vida y consumo en Francia, pero que las ventas en línea al por menor enfrentan también el desafío de ofrecer modalidades de compra y venta seguras.

Letonia

El Correo de Letonia extiende su cooperación con las estaciones de servicio Statoil con el fin de que sus clientes puedan recoger sus encomiendas en estaciones de servicio de todo el país. El operador puso a prueba el servicio en siete estaciones Statoil desde agosto de 2012. Actualmente el servicio se extendió a 30 estaciones más en Riga, la capital, y en otras ciudades.

Malasia

Pos Malaysia anunció que, durante el primer semestre de 2012, su ganancia neta aumentó un 38% alcanzando 67,2 millones de MYR (22 millones de dólares). Este aumento se debe en gran parte al crecimiento del sector de distribución, que equivale al 24% del volumen de negocios del grupo. El segmento de correo de negocios, por su parte, representa el 57%.

Malta

El Consejo de Administración del **Correo de Malta** otorgó su autorización para la expansión al sector de los seguros. Se aprobó la creación de una unidad encargada de vender productos de seguros, bajo reserva de aprobación por parte de las autoridades reguladoras. El proyecto forma parte de la estrategia orientada a la búsqueda de fuentes alternativas de ingresos que permitan hacer frente a la disminución de los volúmenes de envíos tradicionales.

Nueva Zelanda

El Parlamento ha aprobado una ley que autoriza la puesta en marcha de un nuevo servicio nacional de control de identidad en línea operado por el Estado y **New Zealand Post**. La ley permite a organizaciones del sector privado acceder al servicio de control RealMe ID. A partir de este año, el servicio controlará que las personas que utilizan ciertos servicios de Internet son quienes dicen ser. El Correo promete un procedimiento «simple y seguro» que evite la usurpación de identidad.

New Zealand Post ha negociado por 142 millones de NZD (120 millones de dólares) la venta de su 35% en la empresa de informática *Datacom Group*. La operación se realizó bajo las condiciones del fondo público de inversiones. La venta proyectada busca reducir las deudas y obtener fondos para futuras inversiones. Con esta venta, el Correo obtendrá una ganancia de 76,4 millones de NZD.

Países Bajos

PostNL inauguró un nuevo depósito de encomiendas en la región sudeste del país. Es el octavo que se abrió tras la reorganización de la red postal neerlandesa, pensado para procesar más encomiendas y menos cartas. En respuesta al fuerte crecimiento del comercio electrónico, *PostNL Parcels* ha invertido unos 240 millones de euros en infraestructura. Se espera que en 2015 tenga la capacidad de procesar más de 140 millones de paquetes anuales.

Polonia

El Correo de Polonia ha instaurado un nuevo servicio de correo híbrido que permite a los clientes enviar tarjetas de saludo por vía electrónica que se convierten en tarjetas tradicionales para su distribución. El servicio *neoKartka.pl* ofrece a sus clientes ocho temas diferentes a un costo de 4,40 PLN (6,10 dólares) por tarjeta.

El Correo polaco está tratando de ampliar su clientela de negocios ofreciendo seguro gratuito en la distribución de encomiendas. Su servicio de distribución, Pocztex, ofrece una cobertura de hasta 1.000 PLN (322 dólares) en la entrega de todas las encomiendas como forma de aumentar su parte del mercado interno de distribución de envíos resultantes del comercio electrónico. El seguro cubre destrucción, daños y pérdida.

Rumania

El gobierno rumano va a vender la participación que le permite controlar el **Correo de Rumania**. El gobierno ha aprobado las condiciones en que el 51% del capital de la empresa postal pasará a manos privadas. Se ha declarado que el objetivo es buscar que un inversor privado tenga una participación «sustancial» y esté dispuesto a comprometerse a largo plazo. Actualmente, el 75% de la empresa pertenece al Estado y el 25% restante a un fondo nacional.

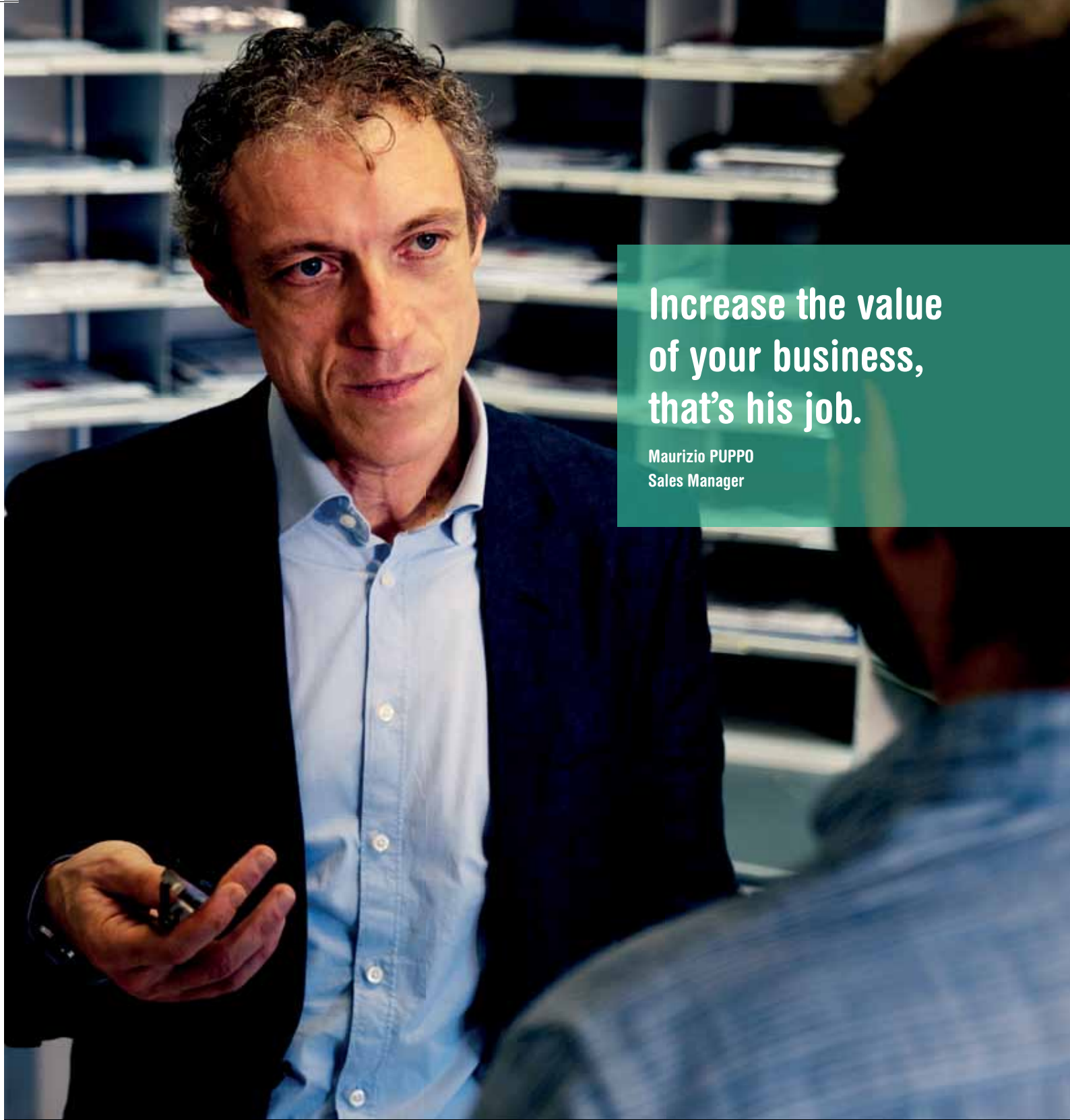
Singapur

El Correo de Singapur anunció un aumento del 14,5% de sus ingresos, que se ubican en 171 millones de SGD (138 millones de dólares) en el tercer trimestre de su ejercicio presupuestario. Sin embargo, las ganancias disminuyeron 39,5 millones de SGD, o sea un 5%, debido a las inversiones en nuevas actividades y a la baja de los volúmenes de correo. La principal fuente de ingresos está constituida por el crecimiento del comercio en línea en todos los sectores de actividad, en especial los paquetes del servicio internacional. Los volúmenes de envíos internos disminuyeron durante cinco trimestres consecutivos.

Suiza

El Correo de Suiza se transformará en una sociedad anónima, de propiedad del Estado, a partir del 26 de junio, a raíz de la aprobación de la ley sobre reforma postal. El gobierno ha confirmado el cambio, cuyo objetivo es otorgar flexibilidad e independencia a las actividades postales. Al mismo tiempo, el sector financiero del Correo (PostFinance) cobrará independencia y tendrá el mismo estatuto de sociedad anónima. El regulador suizo del sector bancario ha anunciado que extenderá a PostFinance una licencia bancaria condicional.

Artículos redactados por Morven McLean.



**Increase the value
of your business,
that's his job.**

Maurizio PUPPO
Sales Manager

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

For several years now, SOLYSTIC has been engaged in providing a complete process offering. From upgrading your processing equipment, optimising operational process, enabling the expansion of your service offering and maximising the opportunities we find together along the journey. With careful market analysis, our teams offer strategic solutions tailored to your needs.

With SOLYSTIC, progress through change.

www.solystic.com



Postal and logistics solutions



post

Be part of it. Today.

The postal community's dedicated top-level domain name opens up a unique, secure internet space for innovative postal applications to enable cross-border business.



UPU

UNIVERSAL
POSTAL
UNION

More information:
www.info.post
dotpost@upu.int