

Impulsando el sector postal desde 1875

UNION POSTALE



Unión Postal Universal
Organismo especializado
de las Naciones Unidas


DICIEMBRE 2015
ENERO 2016/Nº 4

Incremento de
los ingresos postales
Día Mundial del Correo

Trabajando juntos
por la seguridad
del correo

ISSN 0041-7009





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

ESTRATEGIA POSTAL DE DOHA

Cuatro metas para los Correos en el 2016



1 Mejorar
las redes



2 Aportar
conocimientos técnicos



3 Promover
la innovación



4 Fomentar
el desarrollo sostenible

PARA MÁS INFORMACIÓN:

news.upu.int/insight/world-postal-strategy/doha-postal-strategy

Diciembre 2015 – Enero 2016

JEFA DE REDACCIÓN: Faryal Mirza (FM)

REDACTOR: David Koch (DK),

COLABORADORES: Andreas Britt (AB), Saadia Iqbal (SI),
Julian Ryall (JR), Emmanuel Duh (ED), Clare O'Dea (CO)

DISEÑO: Die Gestalter, Suiza

SUSCRIPCIONES: publications@upu.int

TRADUCCIÓN: Servicio de traducción al español (STES)

PUBLICIDAD: faryal.mirza@upu.int

CONTACTO:

Faryal Mirza

Jefa (a.i.) Programa Comunicación

Oficina Internacional

Unión Postal Universal

Casilla postal 312

3000 BERN 15

SUIZA

TELÉFONO: +41 31 350 31 11

E-MAIL: faryal.mirza@upu.int

SITIO WEB: news.upu.int/magazine

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

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

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

Las opiniones expresadas en los artículos no son necesariamente las de la UPU.

La reproducción de extractos de la publicación está autorizada previo contacto con la Jefe de Redacción faryal.mirza@UPU.int.



Cubierta: Getty Images

07

REUNION EN ABIYAN

El Foro Postal Africano se centra en el desarrollo inclusivo

África Occidental debate el papel del Correo

08

TEMA DE CUBIERTA

“¡Cuanto más seguro soy, más rápido voy!”

Más de 40 países conciencian a la opinión pública sobre los riesgos de enviar por correo mercancías peligrosas y prohibidas

16

ESTADÍSTICAS

Incremento de los ingresos postales y del peso de las cartas

UPU: las cifras más recientes

20

ENTREVISTA

Manos a la obra

El CEO de LibanPost nos habla de la transformación de sus operaciones

22

DÍA MUNDIAL DEL CORREO 2015

El Día Mundial del Correo alcanza nuevas cotas

Resumen de cómo los países celebraron el evento

26

PANORAMA DEL MERCADO

Japan Post vela por los mayores

Las nuevas tecnologías utilizadas como apoyo social

28

PANORAMA DEL MERCADO

Amazon planifica su expansión

Lo último del gigante del comercio electrónico

4

SECCIONES

Breves

5

El foco del editor

29

Flash informativo

CALIDAD DE SERVICIO

Los talleres de la UPU ayudan a mejorar el Correo



Los participantes en el taller celebrado en Manila tuvieron la oportunidad de intercambiar conocimientos (Foto: iStock)

Representantes postales de unos 20 países de la región Asia-Pacífico se reunieron recientemente en Manila, Filipinas, en un taller de la UPU sobre el uso de herramientas innovadoras para mejorar las operaciones postales. El evento, que tuvo lugar del 30 de noviembre al 4 de diciembre, es parte de una serie de talleres patrocinados por la UPU que tienen lugar en todas las regiones del mundo. Más de 100 operadores designados participan en este programa de carácter mundial.

Según Mansour Gueye, coordinador de la calidad de servicio en la Oficina Internacional de la UPU: "La calidad de servicio es fundamental en todo tipo de organización, con independencia de la naturaleza del producto o servicio que ofrezca. Los operadores postales se enfrentan al desafío de implementar planes de acción para cumplir con los requisitos que exige una buena calidad de servicio".

El Congreso de la UPU celebrado 2012 en Doha, Qatar, reconociendo la importancia de este tema, adoptó una resolución a favor de un programa de calidad de servicio de 2013 a 2016. Dicho programa está siendo imple-

mentado mediante planes desarrollados por y para cada región del mundo y aplicados sobre el terreno por los respectivos países.

El evento de Manila fue diseñado para familiarizar a los participantes con las soluciones UPU, como por ejemplo el Sistema de Control de Calidad (SCC). Utilizando datos de códigos de barras, esta herramienta permite a los Correos identificar los cuellos de botella problemáticos en el transporte internacional, conocidos como "Etapa 2" en la cadena de suministro (véase "Cuando la calidad entra en juego", Union Postale 1/2015). Los participantes tuvieron también la oportunidad de ver en pleno funcionamiento la Oficina Principal de Correos de Manila y la Oficina de Cambio.

Camboya

Entre los participantes en el evento se encontraba Roda Tep, responsable de calidad de servicio de Camboya Post. Preguntada sobre los beneficios de los talleres de calidad de servicio, dijo que ponentes y asistentes comparten conocimientos y experiencias útiles.

Añadió que los talleres "nos ani-

man e inspiran sobre cómo mantener normas apropiadas en las operaciones de correo". En concreto, señaló que los indicadores clave de rendimiento "ayudan a darse cuenta de los puntos fuertes y débiles, y también a alcanzar la máxima productividad".

Camboya ha informado recientemente de la mejora de los resultados de calidad de servicio, pero los retos permanecen. "Camboya ha experimentado un rápido crecimiento y esto provoca cambios en las direcciones de los barrios periféricos", dijo Tep. "Estos cambios causan un retraso en la entrega del correo a los clientes".

"Una compañía aérea asociada que carezca de un sistema estándar de intercambio de datos electrónicos es otro obstáculo importante", dijo. Otros temas incluyen la falta de conocimientos entre el personal: "Son pocos los que parecen saber cómo entender y analizar los diversos informes de rendimiento", aseguró.

Camboya fue premiada por la UPU con la certificación Nivel-C de calidad de servicio en 2014, lo que marca un avance en la gestión general de calidad por parte del operador postal.

Mejora de la cadena de suministro

Cuando la Estrategia Postal de Doha está a punto de finalizar su hoja de ruta el trabajo de la UPU se acelera en ritmo e intensidad. Los esfuerzos para modernizar la red postal mundial se centran en los talleres regionales dirigidos a la mejora de la calidad del servicio. Un ejemplo de ello es el caso de Manila, descrito en este número. Los países dan testimonio de la importancia de estas sesiones de entrenamiento.

En otras noticias, la campaña de sensibilización pública sobre mercancías peligrosas y objetos prohibidos gana impulso día tras día, como revela el tema de portada. Más de 40 países se han unido a la campaña, utilizando un conjunto de herramientas de comunicación para que los clientes se lo piensen dos veces antes de enviar estos objetos a través del Correo. La intención es hacer que la red postal sea un lugar más seguro para todos los socios de la cadena de suministro, al tiempo que se garantiza que los objetos postales continúen su camino lo más eficientemente posible.

Una reportaje sobre el Día Mundial del Correo 2015 revela el fervor con que este día internacional se celebra en todo el mundo. Hay muchos ejemplos de oficinas de correos que abren sus puertas al público, de lanzamiento de nuevos productos y servicios, de acercarse a los ciudadanos ancianos y enfermos, así como del homenaje a los ganadores de las ediciones nacionales del concurso epistolar para jóvenes. Sería maravilloso poder mencionarlos a todos... Gracias, en cualquier caso, a todos los que siguen utilizando este día para mostrar su fuerte creencia en la importancia del Correo.

FARYAL MIRZA, JEFA DE REDACCIÓN

Irán

Participar en los proyectos de mejora de la calidad de servicio de la UPU es "como aprender a conducir", dijo Saber Keramati, experto postal de Irán Post. "Los talleres de los proyectos actúan como la escuela de conducción", dijo, añadiendo que el proceso ha ayudado al Correo a desarrollar conocimientos y mejorar las operaciones, especialmente en términos de servicio al cliente.

En 2014, Irán Post fue galardonado con la certificación de calidad de servicio de nivel B, cuyo foco de atención son las oficinas de cambio, los centros de clasificación y las relaciones con socios clave, incluidas las líneas aéreas, aduanas, autoridades de seguridad y otros operadores postales.

Filipinas

Para el operador designado de Filipinas, el transporte internacional es el principal reto de la calidad de servicio, ya que el Correo "carece de un mecanismo de retroalimentación para saber exactamente cuándo se han cargado los envíos", afirmó Olivia Valderrama de PHLPost.

Otros retos incluyen problemas con la seguridad del correo electrónico, a saber, la "recepción de artículos violados / despachos manipulados". Filipinas también requiere de mejores procesos informáticos de interconexión, dijo, poniendo de relieve que el país se compone de unas 7.000 islas.

Valderrama aseguró que los talleres fueron beneficiosos. "Nos estamos entrenando para mejorar la calidad del servicio y ponernos a la par con los estándares internacionales. Para ello establecemos estrategias y contamos con herramientas que nos ayudaran a alcanzar las cotas que nos han sido marcadas".

Enfoque regional

Los informes del SCC proporcionan un excelente apoyo a los planes de acción para mejorar la calidad, dijo Jan Bojnanský, quien, como consultor de la UPU, dirige y organiza la serie de talleres. Las herramientas en línea, como el SCC, están disponibles de forma gratuita para los operadores designados de los países miembros de la UPU. Sin embargo, muchos no son conscientes de las tecnologías o aún no las han implementado.

"El dinero, desde mi punto de vista, no influye en la calidad", dijo Bojnanský, refiriéndose a la experiencia de Slovak Post, donde es responsable del comercio electrónico. Señaló que, a pesar de que el operador designado eslovaco no posee el equipo más moderno, el Correo eslovaco ha mostrado excelentes resultados de calidad de servicio. "Se trata de utilizar las herramientas disponibles", insistió.

Aparte de las herramientas en línea, el taller de Manila se concentró en las operaciones de paquetería y el proceso para la obtención de certificaciones de calidad de servicio de la UPU. Fue organizado por Philpost en coordinación con la UPU y la Unión Postal de Asia-Pacífico.**DK**

ARTE EN LA UPU

«La Joie de Vivre» tunecina en la sede de la UPU



Jessica Schultz junto al mural de Gorgi que se encuentra en la sede de la UPU

Un mural modernista exhibido en la sede de la Unión Postal Universal (UPU) en Berna atrajo recientemente el interés de una historiadora de arte que viajó desde Estados Unidos para documentar la pieza artística de cerámica.

Jessica Gerschultz, profesora asistente de Estudios Africanos y Afroamericanos en la Universidad de Kansas, está escribiendo un libro sobre el modernismo en Túnez y vino para ver de primera mano el mural titulado 'La Joie de Vivre', producido por el reconocido artista tunecino Abdelaziz Gorgi en 1963.

"Estoy muy emocionada al ver un nuevo trabajo de Gorgi" - dijo Gerschultz- "especialmente uno que está en tales condiciones prístinas".

Surrealismo

El mural de la UPU, es uno de los tres trabajos de Gorgi que se encuentran en Europa. La obra surrealista, que

representa a dos músicos en un barco bajo un sol rojo, fue un regalo a la UPU de la administración postal de Túnez en 1965. Originalmente fue instalada en la antigua sede de la UPU en Berna, antes de ser trasladada a su ubicación actual en 1970.

Las cerámicas más importantes de Gorgi de este período se encuentran en la fachada del palacio presidencial en Monastir, y representan escenas líricas de caballos, árboles y vida marina. El mural ubicado en la UPU es del mismo género, retratando fantásticas escenas bajo el agua y en el jardín junto con símbolos del patrimonio cultural de Túnez, explicó Gerschultz.

Gorgi estudió en la École des Beaux-Arts de Túnez desde 1944 a 1949 y continuó perfeccionándose en la cerámica en París entre 1949 y 1953. Fue miembro fundador de la Escuela de Túnez, grupo de artistas

tunecinos, franceses e italianos que encabezaron el movimiento modernista de Túnez.

Como corresponde a un artista homenajeado en la UPU, Gorgi también diseñó varios sellos. La UPU, además de albergar la colección de sellos más importantes del mundo, atesora una importante colección de arte, en su mayor parte regalos recibidos de los países miembros a lo largo de su dilatada historia. **co**

El Foro Postal Africano se centra en el desarrollo inclusivo

Los ministros postales y otros líderes del sector se reunieron en Costa de Marfil en diciembre para discutir el papel que juegan los Correos africanos en el desarrollo nacional, la inclusión financiera postal y, más en general, en la "conexión, información y participación de todos los ciudadanos" a través de la red postal.

TEXTO:
DAVID
KOCH

Bruno Koné, ministro de Correos, Información y Nuevas Tecnologías de Costa de Marfil, destacó las oportunidades existentes para que los Correos participen plenamente en el desarrollo social y económico, teniendo en cuenta la importancia que da al sector postal el gobierno de Costa de Marfil. "Se está haciendo todo lo que es posible para que el sector postal, largo tiempo olvidado, pueda cumplir cabalmente con su labor al servicio de la actividad económica y social", dijo a los delegados.

El vice director general de la UPU, Pascal Clivaz, también asistió y señaló en su discurso que los temas del foro eran muy pertinentes y encajaban en los objetivos de la UPU. La presencia de Koné, Clivaz y otros altos funcionarios en el evento de dos días de duración puso de relieve el creciente reconocimiento del Correo como vehículo para el desarrollo nacional en África.

Por su parte, Koné hizo hincapié en que los Correos deberían transformar sus actividades, posicionándose como actores centrales de las estrategias nacionales de desarrollo. "Más que nunca, el Correo de hoy debe ir más allá de sus misiones tradicionales y presentarse como un imprescindible actor para el desarrollo".

Operativa eficiente

Otra de las personalidades que intervinieron en el foro fue Younouss Djibrine, secretario general de la Unión Panafricana de Correos (UPAP). Djibrine puso de relieve que entre los principales retos que enfrentan los Correos africanos está la "competencia despiadada" resultante de la rápida liberalización, de una vertiginosa serie de innovaciones técnicas, y de las cada vez más sofisticadas demandas de los consumidores.

También criticó a los socios postales de otros países, a los que considera que erosionan cada día un poco más "los sacrosantos principios fundadores" de la UPU, como son la universalidad y el territorio postal único, compuesto por todos los países miembros. En vista de estas dificultades, pidió a los Correos africanos que modernicen sus métodos de gestión, que se pongan a la cabeza de la innovación para sacar el mejor partido de la red tridimensional postal con objeto de asegurar la inclusión financiera de más del 76 por ciento de la población



Abiyán reunió a 400 participantes

adulta que no dispone de cuentas bancarias formales ni de acceso a otros servicios financieros.

Djibrine también instó a los Correos a maximizar los recursos dedicados a la financiación del desarrollo, a reducir las elevadas tasas de las remesas, a cerrar la brecha digital, mejorar el acceso a los servicios públicos, y crear oportunidades económicas para las poblaciones objetivo - al tiempo que mejoran y mantienen la calidad del servicio.

"Todos los agentes de los servicios postales de África deben unir sus fuerzas, con el fin de trabajar por la integración inclusiva, innovadora y completa del continente", dijo.

Unos 400 participantes de 31 países asistieron al foro celebrado en Abiyán, sede del gobierno de Costa de Marfil, los días 10 y 11 de diciembre. **DK**



“¡Cuanto más seguro soy, más rápido voy!”

Para el consumidor medio, puede parecer totalmente inofensivo enviar por correo internacional baterías de litio o un quita esmalte de uñas, pero una campaña puesta en marcha por la UPU está ayudando a sensibilizar al público sobre el peligro que representan.

TEXTO:
DAVID KOCH

A medida que el Correo maneja cada vez más las entregas de bienes de consumo, los riesgos aumentan. Incendios de baterías y otros incidentes de este tipo pueden tener consecuencias mortales y también derivar en costosos retrasos y daños a la propiedad. El resultado es que los clientes que no saben cuáles son las reglas que rigen para los envíos internacionales por correo se sentirán frustrados cuando sus artículos no llegan a tiempo a su destino. Quizás no son conscientes de que enviar por correo determinados objetos puede suponer un peligro para la salud y la seguridad de los trabajadores postales, los socios de la cadena global de suministro y el público en general.

La campaña de la UPU no sólo concientia al público sobre estos temas sino que se supone que también ayuda a reducir los retrasos y demuestra que los operadores postales designados se preocupan por el bienestar de todos los que participan en la cadena de suministro.

Normas internacionales

El artículo 18 del Manual de Encomiendas Postales de la UPU contiene disposiciones relativas al envío de mercancías peligrosas y prohibidas. Las mercancías peligrosas prohibidas por el Correo incluyen no sólo material explosivo, sino también imitaciones o explosivos inertes - como los fuegos artificiales - junto con elementos inflamables o radiactivos.

Sin embargo, los miembros del Grupo de Seguridad Postal del CEP de la UPU acordaron que una campaña de comunicación dirigida a sensibilizar al público sería muy positiva para los Correos. En lo que resultaría ser una colaboración modelo en este campo entre los países miembros de la UPU y la Oficina Internacional (OI), el citado Grupo de Seguridad Postal trabajó en estrecha colaboración con el Programa de Comunicación de la OI con objeto de que la

campaña respondiera por completo a los fines para los que fue creada.

La campaña de la UPU utiliza el mensaje "Cuanto más seguro soy, más rápido voy". Los paquetes son los protagonistas de la campaña que incluye videos animados describiendo los peligros asociados al envío por correo de materiales explosivos, sustancias inflamables, y mercancías falsificadas o pirateadas. Mientras que las encomiendas normales, "seguras", hacen su camino felizmente a lo largo de la cadena de suministro, los paquetes "villanos" que representan a las mercancías peligrosas y prohibidas son descubiertos y detenidos.

Los operadores designados que deseen participar pueden utilizar los materiales de la campaña, diseñados para ser fácilmente personalizados para sus mercados e idiomas. Los materiales están disponibles en inglés, francés, árabe, ruso, chino, portugués y español. La Asociación de Transporte Aéreo Internacional, la Organización de Aviación Civil Internacional y la Organización Mundial de Aduanas están también asociadas a esta campaña.

Baterías de litio

Las baterías de litio se han convertido en una preocupación importante para los servicios postales. Se encuentran comúnmente en productos electrónicos de consumo como teléfonos inteligentes, ordenadores portátiles y cigarrillos electrónicos. También, se envían a nivel internacional para aficionados que buscan baterías de alta potencia para automóviles o aviones no tripulados y con control remoto. El operador designado para Kazajstán señaló igualmente el aumento de los envíos de cigarrillos electrónicos derivado del comercio electrónico.

En los Emiratos Árabes Unidos, Dubái es un centro muy conocido de importación y exportación de productos elec-



Operadores postales, como el de Hong-Kong, han incluido los materiales de la campaña en sus sitios web para facilitar su conocimiento y uso.

trónicos, especialmente al Norte y Este de África. Emirates Post Group ha advertido que muchos clientes no conocen la diferencia entre las baterías de litio y el resto. "No se puede frenar la tecnología, pero es necesario simplificar para el cliente lo que se puede y lo que no se puede enviar a través del Correo", dijo Jassim Al Awadhi Rabia, director del área de salud, seguridad e inspección del Grupo.

Emirates Post utiliza los materiales de la campaña en tres idiomas (árabe, inglés y urdu) para concienciar sobre todo a su personal multinacional. "La campaña ha añadido eficacia a nuestras actividades, por lo cual damos gracias a la UPU", dijo Al Awadhi.

Por otra parte, es de vital importancia una estrecha colaboración con las aduanas, subrayó. "Este es un paso importante, ya que no somos nosotros quienes inspeccionamos los paquetes. El público no sabe que son las aduanas y no el Correo, quienes lo hacen", explicó. El Correo está a punto de firmar un memorando de entendimiento con la autoridad nacional de aduanas para llevar a cabo una colaboración transparente y cercana.

Los participantes en la cadena de suministros internacional han ido poniendo en marcha nuevas medidas para garantizar la seguridad. La agencia hermana de la UPU -la Organización de Aviación Civil Internacional (OACI)- actualizó sus reglas en 2013 requiriendo a los Correos que cumplan con las condiciones específicas antes de enviar los equipos conteniendo baterías de litio: las baterías siempre deben estar dentro del equipo para evitar que puedan ser dañadas.

En el momento de escribir este artículo, 26 Correos han sido autorizados por las autoridades nacionales de aviación civil para el transporte de equipos que contengan baterías de litio. Las baterías de alta calidad suelen ser seguras no así las baratas, que entrañan más riesgos.

Nuevos procedimientos

Entre los 26 Correos que tienen permiso para el transporte de equipos con baterías de litio está Royal Gibraltar Post Office, que ha sido autorizado a hacerlo desde octubre de 2015. Como territorio de ultramar británico, famoso por su historia como base militar estratégica, es también uno de los primeros en adoptar las políticas relativas a las mercancías peligrosas y prohibidas en el correo. El operador designado atiende a una población de unas 32.000 personas en un territorio de menos de 6 km². El área, pequeña, permite implementar políticas de forma rápida, por lo que es



DISPOSICIONES SOBRE MERCANCÍAS PELIGROSAS Y PROHIBIDAS INCLUIDAS EN EL MANUAL DE ENCOMIENDAS POSTALES DE LA UPU

http://www.upu.int/uploads/tx_sbdownloader/actInFourVolumesParcelPostManualEn.pdf

TRANSPORTE DE EQUIPOS CONTENIENDO BATERÍAS DE LITIO

<http://www.upu.int/en/activities/postal-security/dangerous-goods.html>



Avión cargo propiedad del courier privado UPS tras producirse un fuego a bordo del mismo

una especie de campo de pruebas, dijo David Ledger, CEO de Royal Gibraltar Post. Cuando se prohibió el perfume en el correo internacional, por ejemplo, los trabajadores de Correos fueron enviados inmediatamente a asesorar a todas las perfumerías etc., sobre las nuevas reglas, para que pudieran informar a los compradores turísticos acerca de las nuevas restricciones.

Más recientemente, el operador designado ha llevado a cabo un programa de formación integral que posibilita el envío de artículos que contienen baterías de litio, algo especialmente importante para los clientes que quieren devolver aparatos electrónicos –por ejemplo iPads- a través del Correo. El operador designado contrató a un experto externo para instruir al personal y directivos sobre los procedimientos para el control de mercancías peligrosas, que culmina con un examen efectuado individualmente a cada uno de los empleados.

Baterías de litio

Los operadores designados que decidan transportar equipos conteniendo baterías de litio (ECBL) han de cumplir dos condiciones:

- Contar con procedimientos y entrenamiento para controlar la aceptación de objetos postales destinados al transporte aéreo conteniendo mercancías peligrosas; y
- Obtener aprobación específica de las autoridades de aviación civil anterior a la aceptación y transporte de ECBL.

El consultor también verificó que las autoridades fronterizas están al día de las regulaciones, e igualmente los empleados de las empresas implicadas en el transporte de paquetería y envíos masivos. El programa incluía también una sección de "formación de formadores" para que todos los nuevos empleados reciban instrucción interna. "Tienen que pasar por este entrenamiento antes de que se les permita trabajar en el mostrador", dijo Ledger.

Sensibilización

Royal Gibraltar Post también ha participado en una campaña de concienciación pública, por medio de los materiales del kit de herramientas de la campaña de la UPU. Por ejemplo, los videos de la UPU aparecen continuamente en un par de pantallas visibles para los clientes que hacen cola en la oficina de Correos y también se presentan en su sitio web.

Adornando la pared de la oficina de Correos hay un cartel de gran formato que detalla lo que se debe y no se debe hacer. "Quitamos el resto de las informaciones, para que la gente no se distraiga", comenta Ledger. Y todos los buzones cuentan ahora con una placa de información destacando la responsabilidad del remitente a la hora de enviar mercancías seguras. Todo ello es parte de un gran esfuerzo que hace uno de los territorios postales más pequeños del mundo.

Malta Post también ha participado en la campaña de mercancías peligrosas mediante la distribución de los materiales de la UPU al respecto en sus 36 oficinas de Correos de Malta y Gozo, las dos islas principales de la nación archipiélago del Mediterráneo.

Esta toma de conciencia ayuda a racionalizar los servicios, ya que familiariza a los clientes con los objetos que pueden dañar a otras mercancías o incluso al personal o al público en general, escribió Yolande Spiteri responsable de

relación con el cliente en Malta Post, en un correo electrónico a Union Postale: "Esto ayuda a mejorar la eficiencia de la empresa y por lo tanto el servicio ofrecido a nuestros clientes".

Todo ello complementa las medidas ya adoptadas para reducir las mercancías peligrosas en el Correo. De acuerdo con los procedimientos estándar operativos, el personal de Malta Post debe estar familiarizado con las listas de productos prohibidos, por esa razón se muestran en los formularios de declaraciones para los artículos enviados por correo aéreo. También radiografiamos el correo en el aeropuerto, dijo Spiteri, quien añadió que estas medidas para asegurar la eficacia en el movimiento del correo y también la seguir "Todas estas medidas se han puesto en marcha para garantizar la eficiencia en el movimiento del correo y la seguridad del público y de nuestro personal".

Belposhta, el operador designado de Belarús, también se encuentra entre los que se han unido a la campaña "Cuanto más seguro soy, más rápido voy" y al igual que en otros Correos, los materiales de la campaña de la UPU se han distribuido en las oficinas y en el sitio web de la empresa.

El Servicio Postal de Barbados también participa en esta campaña de información. La organización ha lanzado los videos animados de la UPU a través de los medios de comunicación social, y planea colocar carteles en las oficinas de Correos, junto con pantallas de televisión mostrando los videos de la UPU.

Adam Christian de Austrian Post explicó que se distribuyeron los folletos de la campaña de la UPU, diseñados para ayudar al personal a explicar a los clientes la importancia de mantener el correo seguro, en las 520 oficinas de Correos de Austria.

"Fueron realmente nuestros empleados, los que nos informaron de que un soporte gráfico les ayudaría a difundir la información a los clientes", dijo Christian, añadiendo que la concienciación sobre las mercancías peligrosas debe acrecentarse entre los courrier privados. "El folleto de la UPU es una buena fuente de información y evitó que tuviéramos que producir el nuestro", agregó.

Controles más estrictos

En Hong Kong (China) el aumento del correo saliente en los últimos años estuvo acompañado por un aumento del volumen de artículos conteniendo mercancías prohibidas, en concreto baterías de litio. Según informa el propio Correo, a partir de septiembre de 2013, el operador designado puso en práctica de manera estricta la no aceptación de objetos destinados al correo aéreo conteniendo perfume, encendedores y baterías de litio.

Los objetos aceptados se examinan mediante un equipo de rayos X. Cualquier objeto que levante sospechas se abre en última instancia en el centro de correo aéreo por la Aviation Security Company, la agencia de seguridad designada del Aeropuerto Internacional de Hong Kong, en presencia del personal de Correos.

No obstante, se encuentran muchos artículos que, vistos a través de rayos X, parecen contener baterías de litio, entre ellos las unidades de disco duro de determinados ordenadores. El resultado es que muchos objetos se apar-



Los posters de la campaña se muestran en los mostradores de atención al público de Belposhta. (Foto: Belposhta)

tan para abrirlos, lo que requiere tiempo y mano de obra. Para fomentar la cooperación del público, el Correo ha trabajado para educar a los clientes. Se han exhibido carteles en las oficinas postales, en viviendas y en las calles de Hong Kong. Los videos de la UPU sobre mercancías peligrosas - con subtítulos en chino - se han proyectado en las oficinas de Correos equipadas con televisores y en streaming en el sitio web de la empresa. Los anuncios de radio recuerdan a la gente que no debe enviar mercancías peligrosas por Correo. El operador designado informa de que sus esfuerzos han sido fructíferos, ya que ha llegado a ser bien conocido por su estricto control sobre las mercancías peligrosas, una buena señal es que los operadores de Internet evitan el envío de estos artículos por temor a que su mercancía sea devuelta sin reembolso del franqueo.

Uganda, por su parte, ha convertido la seguridad del correo en "una prioridad de seguridad nacional, especialmente a la luz del aumento global del terrorismo y las amenazas relacionadas", dijo el portavoz de la Comisión de Comunicaciones de Uganda, James Mpango.

"Los desafíos a la seguridad aumentan potencialmente en proporción al número de agentes de la industria, la tasa



TEMA DE CUBIERTA SOBRE NORMAS DE SEGURIDAD, REVISTA UNION POSTALE 2/2012

http://news.upu.int/uploads/media/union_postale_2_2012_en.pdf

VÍDEOS DE LA CAMPAÑA

<http://news.upu.int/outreach/keep-me-safe-to-get-me-there-faster/learn-more/>

de adopción de las innovaciones de telecomunicaciones y la creciente gama de productos que vienen con nuevas dimensiones de seguridad, como la seguridad cibernética", afirmó Mpango.

Las mayores preocupaciones en relación con el correo de salida de Uganda se refieren a los narcóticos y mercancías ilegales como el marfil, lo que es un ejemplo de la naturaleza polifacética de las mercancías prohibidas en el Correo.

Normas de seguridad

Según asegura Javier Pumares Puertas -jefe de Seguridad de CORREOS, el operador designado español- el comercio electrónico hace que aumenten la cantidad de aparatos conteniendo baterías de litio que viajan a través del correo y, "las previsiones apuntan a un mayor crecimiento".

El Correo ha tomado una serie de medidas para controlar el flujo de mercancías peligrosas a través del sistema postal, dijo Pumares. "CORREOS siempre implementa medidas de control del contenido de los productos a través de las declaraciones de aduanas y una serie de preguntas sobre el origen de los productos", dijo. Procedimientos de seguridad, como la tomografía de rayos X, también se llevan a cabo a lo largo de la cadena de suministro.

"Todas estas medidas se han reforzado a través de una campaña de información para nuestros clientes", dijo, y agregó que el personal también recibe un entrenamiento especial. También señaló que CORREOS está utilizando materiales de la campaña de mercancías peligrosas de la UPU. "La actuación de la UPU en esta materia ha sido fundamental", dijo, e indicó que la UPU ha trabajado para establecer relaciones con otras partes interesadas de la



Daños causados por las baterías de litio. (Foto: USPS)

cadena de suministro postal y de transporte, dando prioridad a la seguridad, "sin renunciar al intercambio de objetos entre las organizaciones postales".

Graves riesgos

Aunque la campaña de comunicación busca conectar con el público utilizando un cierto sentido del humor, las amenazas planteadas por las mercancías peligrosas son muy graves, especialmente cuando se trata de la seguridad y protección de la aviación. Estas amenazas son algo familiar para Tripp Brinkley, responsable del programa de seguridad de la Oficina Internacional de la UPU y que, anteriormente, trabajó durante 25 años en el Servicio de Inspección Postal de Estados Unidos.

La interceptación de las mercancías peligrosas es un hecho habitual, afirmó, pero se ha vuelto más acuciante con el creciente número de personas que venden productos a través de plataformas de comercio electrónico. A diferencia de los grandes expedidores, estas personas a menudo no están familiarizadas con las normas que rigen las mercancías peligrosas y objetos prohibidos.

En este sentido, Brinkley citó un caso de los Estados Unidos en el que alguien vendió un carburador de moto que todavía contenía combustible y trató de enviarlo por correo. "Los humos que desprendía causaron verdadero pánico", dijo, e indicó que los trabajadores alertaron a los inspectores postales después de notar el olor. "Los empleados están entrenados para buscar objetos peligrosos o sospechosos, y son muy buenos a la hora de reconocerlos y actuar".

En otra ocasión, un carpintero intentó enviar un galón de barniz para muebles que se abrió durante el transporte.



Un paquete con filtraciones. (Foto: USPS)



Todos los buzones en Gibraltar muestran esta información. (Foto: Gibraltar Post)

"Probablemente pensó que no había ningún peligro en absoluto", agregó Brinkley

Aerotablas

Ha habido numerosos informes de incendios y explosiones causados por las baterías defectuosas de las aerotablas o *hoverboards*.

Una serie de compañías aéreas internacionales han prohibido a los pasajeros transportar aerotablas en sus vuelos. En un ejemplo reciente, a los hijos del actor de Hollywood, Russell Crowe, no se les permitió llevar las suyas en un vuelo de Virgin Australia. Después de expresar su consternación en Twitter, Crowe recibió una respuesta de la compañía aérea, que twitteó: "Hola Russell, por razones de seguridad, se han prohibido las baterías de iones de litio en las aerotablas en todas las principales compañías aéreas de Australia y otras muchas del resto del mundo".

El potencial de ignición de dichos materiales inflamables podría dar lugar al incendio de un avión. Así sucedió en 2010, cuando un Boeing 747 que llevaba una carga para un servicio de mensajería urgente (y no de un operador designado) se estrelló cerca de Dubái después de un incendio que se produjo entre los palés de carga en la cubierta principal. En el accidente fallecieron los dos miembros de la tripulación.

El informe final del accidente no llegó a determinar la causa exacta del incendio - muchas pruebas fueron destruidas en el desastre - pero se observó la existencia de un "número significativo de baterías de litio" entre la carga. Por razones que permanecen oscuras, las baterías pueden haber entrado en "fuga térmica", un fenómeno que se produce cuando el calor hace que los ingredientes de la batería se combinen de forma espontánea y se incendien. De acuerdo con el informe de 2010 el fuego se extendió luego a otros materiales combustibles.

Normas de seguridad obligatorias

El Congreso de 2012 hizo obligatorias para los países miembros de la UPU las normas de seguridad. Dichas normas son el resultado del trabajo llevado a cabo por el Grupo de Seguridad de la UPU que se nutre de representantes de diversas Comisiones procedentes de los distintos países miembros de la Unión y de importantes organizaciones internacionales, tales como la Asociación Internacional de Transporte Aéreo, la Organización Internacional de Aviación Civil, la Organización Mundial de Aduanas y la Transport Security Agency (TSA) de Estados Unidos, entre otras.

La UPU estableció el grupo para incrementar las normas de seguridad de la cadena global postal de suministro después de que la TSA aplicara unilateralmente medidas rigurosas de control para el correo internacional con destino a EE.UU. a finales de 2010. Ésta fue la respuesta al descubrimiento de dos paquetes que contenían bombas hallados en vuelos de mensajería privada con destino a EE.UU. Los paquetes, enviados desde Yemen, fueron interceptados en Dubái y Gran Bretaña. La UPU puso en marcha a continuación un esfuerzo concertado entre todas las partes pertinentes para acordar las normas de

seguridad estandarizadas a aplicar en la cadena global de suministro postal y aumentar la seguridad del correo que viaja por vía aérea.

La UPU respondió mediante la introducción de dos nuevos proyectos de normas de seguridad. Las normas han estado en desarrollo desde 2011 y alcanzaron su culminación en octubre de 2015, cuando el Standards Board aprobó los últimos cambios y las transmitió al Consejo de Explotación Postal (CEP) para su aprobación. Este último paso las elevaría a la categoría de "estándares aprobados."

La S58 define las medidas de seguridad generales para instalaciones postales críticas, como las oficinas de cambio o de control de seguridad. La norma requiere, por ejemplo, un plan de seguridad detallado por escrito y una evaluación del riesgo anual, teniendo en cuenta la tasa de criminalidad de la zona, entre otros factores.

La norma también describe la necesidad de determinadas características en determinados espacios, como la iluminación que permita la identificación de personas y vehículos a lo largo de las paredes perimetrales. Otros elementos esbozados en el documento incluyen control de acceso a las instalaciones postales críticas y la formación del personal.

La S59 define los requisitos para la inspección del correo en instalaciones tales como las unidades de correo aéreo. También esboza los métodos de detección necesarios para artículos considerados de alto riesgo, y las tecnologías que se deben utilizar para los artículos que ya están en recipientes o bolsas; para los que no puedan ser despachados, se definen los procedimientos de notificación. Para aquellos aceptados, la norma define la documentación apropiada. El Grupo de Seguridad Postal del CEP, que desarrolló los estándares, los calificó como "en línea con otros regímenes de seguridad" a raíz de una comparación sistemática de las normas de la OACI sobre la carga aérea y el correo, y los consideró "bastante estables" en un documento de octubre de 2015

Por un correo más seguro

Los operadores designados trabajan conjuntamente con las compañías aéreas y las aduanas para facilitar al máximo el movimiento de los objetos postales por todo el mundo y garantizar la seguridad pública. Pero es necesaria la cooperación del cliente para evitar que se introduzcan en la cadena de suministro objetos peligrosos. Transmitiendo un mensaje coherente, los operadores designados pueden ayudar a cultivar hábitos más seguros entre el público y garantizar de esta manera el flujo eficiente de las mercancías. **DK**

Contacto para más información sobre seguridad postal:
tripp.brinkley@upu.int

Contacto para unirse a la campaña de seguridad postal:
faryal.mirza@upu.int

*Información adicional:*Faryal Mirza

Ricardo Sorazábal, asesor de seguridad postal de Correos de Paraguay, contesta a nuestras preguntas sobre las mercancías peligrosas y la cadena de suministros

Union Postale: ¿Cuáles son los riesgos que plantean a su Correo las mercancías peligrosas y prohibidas?

Ricardo Sorazábal: El contenido de ese tipo de correo tiene un gran impacto en la calidad de nuestros servicios. Cuando se detectan automáticamente o se empaquetan de forma inadecuada, se retiran del sistema postal, lo que lleva a la insatisfacción de los clientes porque no somos capaces de cumplir con nuestro compromiso de entregar el producto al destinatario. Las mercancías peligrosas también tienen un impacto en el bienestar físico y mental de nuestros trabajadores y de todos los que participan en la cadena de suministro postal.

¿Cómo ha evolucionado este tema en los últimos años, en concreto con el incremento del comercio electrónico?

Con el auge del comercio electrónico, estamos haciendo aún más esfuerzos por asegurar que las mercancías peligrosas -y / o prohibidas- no entren en el sistema postal a través de ese mercado. Nuestro país está experimentando un crecimiento significativo en las compras en línea. Cada día, más y más personas están interesadas en cómo se hacen estas entregas ya que los productos que la gente compra en muchas ocasiones constituyen mercancías peligrosas. El personal les informa de cómo se transportan estos elementos para asegurar que no supongan peligro alguno en cualquier parte de la cadena de suministro postal si se tratan de manera adecuada.

¿Qué elementos enviados a través del Correo plantean mayor peligro?

Los explosivos, como los fuegos artificiales, munición, pólvora, bengalas, petardos.

Los gases comprimidos en tanques de propano, tanques de buceo o cualquier otro artículo que contenga gas.

Los líquidos inflamables, incluidos encendedores, líquido para encendedores, pinturas al óleo, barnices para madera, esmaltes a base de disolventes, adhesivos, perfumes y lociones para después del afeitado, esmalte, laca y gel de uñas.

Los sólidos inflamables como cerillas y carbón. Las sustancias oxidantes, que incluyen productos químicos para piscinas, peróxido de hidrógeno y cloro. También las sustancias tóxicas e infecciosas como los pesticidas, los productos químicos agrícolas, los com-

puestos de mercurio, bacterias y virus.

Los materiales radiactivos – desechos radiactivos, fuentes radiactivas, detectores de humo, sin olvidar los corrosivos, como las baterías de electrolito líquido, el mercurio o el ácido clorhídrico.

Y, finalmente, una miscelánea de mercancías peligrosas como los objetos magnetizados, el hielo seco y las baterías de litio.

¿Qué pasos está dando su Correo para reducir la entrada de mercancías peligrosas en el sistema postal?

Capacitamos al personal de primera línea encargado de aceptar los paquetes de manera que sean capaces de explicar a los clientes los problemas causados por estas mercancías cuando entran en la red postal y de los riesgos para las personas que manejan estos envíos. Para los casos en que el cliente decida enviar el paquete de todos modos, formamos a los miembros del personal sobre cómo deben ir envasados estos objetos o mercancías. Es esencial para el personal de primera línea verificar los contenidos que se envían y asegurar que no se incluyen objetos prohibidos.

También hemos puesto en práctica controles estrictos en cooperación con las aduanas, la Dirección Nacional de Aviación Civil o DINAC y el Secretariado Nacional Antidrogas (SENAD), teniendo en cuenta las instrucciones de la Organización de Aviación Civil Internacional.

Asimismo, debo señalar que, como asesor de seguridad postal, participo en los talleres, tanto dentro como fuera del país... Y luego transmito lo que he aprendido.

¿Cómo contribuye la campaña sobre mercancías peligrosas de la UPU a su trabajo?

La campaña es siempre útil porque ofrece respuestas a las preguntas más frecuentes de los usuarios y de los trabajadores. La terminología utilizada y la información a transmitir son claras, lo que nos ayuda a comunicar mejor las recomendaciones detalladas en los distintos documentos.

La utilizamos como guía para educar a los clientes sobre lo que pueden o no enviar a través de Correo y recordarles que sus encomiendas llegarán más pronto si no contienen mercancías peligrosas, ya que será mucho menos probable que sean detenidas por las Aduanas u otras autoridades competentes dentro o fuera del país. **DK**

Cuanto más seguro soy, más rápido voy



¿Sabía usted que no se pueden enviar paquetes conteniendo mercancías peligrosas y prohibidas a través de la red postal internacional?

Dichas mercancías incluyen los explosivos - como los fuegos artificiales y la pólvora -, los aerosoles y otros gases comprimidos, los líquidos para encendedores, los perfumes, las cerillas y otros productos inflamables, y los corrosivos, tales como el mercurio. Los objetos falsificados y pirateados también están prohibidos.

Verifique el contenido antes de hacer su envío.

Para más información, consulte la página www.upu.int/mas-seguro o póngase en contacto con su Correo o su Aduana.



Incremento de los ingresos postales y del peso de las cartas

Las últimas estadísticas de la UPU muestran el aumento de los ingresos postales de los operadores designados y el aumento de peso del correo.

TEXTO:
ANDREAS
BRITT

INFOGRAFÍAS:
DIE
GESTALTER

Los ingresos postales de los operadores designados están en aumento, llegando a 239 millones de DEG (330 millones de dólares USA) en 2014, lo que implica un incremento del dos por ciento en términos nominales respecto al año anterior, impulsado en parte por el comercio electrónico. Según las últimas estadísticas de la UPU, los volúmenes de cartas a nivel mundial cayeron un 2,6 por ciento a 327.400 millones de envíos, pero el peso de las mismas aumentó un 31 por ciento. Este aumento tiene que ver con la popularidad del envío por correspondencia de los artículos comprados en línea -a menudo con un peso de hasta 2 kg por envío- una opción más barata que hacerlo como paquete postal.

Entre tanto, las cartas nacionales cayeron un 2,5 por ciento a 323.900 millones de envíos, mientras que las cartas internacionales lo hicieron en un 7,3 por ciento a 3.460 millones.

Paquetes

El número de paquetes internacionales también aumentó a 101 millones de envíos, un aumento del 5,7 por ciento. Esto se debió al incremento en tres regiones: los países industrializados, la región de América Latina y el Caribe y Europa-CIS. Los artículos enviados eran también más pesados, se ve en el aumento de la cifra de tonelaje por paquete postal internacional, un crecimiento de alrededor del 12 por ciento en 2013.

"La razón fundamental para el aumento de los envíos de paquetería es el crecimiento de dos dígitos del comercio electrónico, tanto a nivel nacional como internacional", dijo el economista de la UPU, José Ansón.

El crecimiento registrado en estas cifras refleja la disposición de los clientes a utilizar los servicios postales de hoy, afirmó Ansón, y agregó que los clientes del mañana no estarán necesariamente tan dispuestos a hacerlo teniendo en cuenta la competencia de los grandes del comercio electrónico, como Amazon, introduciendo nuevos modelos de entrega.

El número de paquetes enviados a nivel doméstico en 2014 aumentó en un 3,1 por ciento a cerca de 7.300 millones de objetos. Sin embargo, el incremento fue el resultado de un crecimiento en dos regiones - los países industrializados, y América Latina y el Caribe - con un 3,7 por ciento y un 18 por ciento de tasas de crecimiento, respectivamente. Las otras regiones todas han sufrido un declive en los volúmenes, con África a la cabeza experimentando una caída del 30 por ciento. Ansón, sin embargo, advirtió que los volúmenes de paquetería han demostrado ser volátiles en los últimos años, y que las lagunas en los datos afectan a la fiabilidad de las estadísticas.

También señaló que los operadores designados pueden no haber llegado a su máximo potencial, y que se deben esperar tasas de crecimiento anuales superiores al 10 por ciento en las condiciones existentes. "La situación actual

sugiere que los Correos no están aprovechando al máximo todavía las oportunidades que ofrece el comercio electrónico", dijo Ansón.

Ingresos postales

En términos financieros, las cartas siguen representando el 41,8 por ciento de los ingresos postales globales en 2014 - unos 138.000 millones de dólares USA. Al mismo tiempo, los paquetes y servicios logísticos generaron el 19,1 por ciento de los ingresos (unos 63 mil millones de dólares), en comparación con el 18,6 por ciento en 2013.

Los servicios financieros generaron el 17,1 por ciento de los ingresos medios postales (56.400 millones de dólares USA) de los operadores designados en 2014, frente al 14,5 por ciento en 2013. La venta de otros artículos en las oficinas de Correos, que van desde teléfonos móviles hasta dulces y juguetes, contribuyeron con una proporción casi sin cambios a los ingresos en un 22 por ciento en 2014 (72.600 millones de dólares), en comparación con el 23,5 por ciento de 2013.

La red

En términos generales, la red postal parece que creció en tamaño. En 2014, el número de establecimientos postales llegó a 679.504, un aumento del 0,5 por ciento. Unos dos tercios de los mismos estaban atendidos por empleados de los operadores designados.

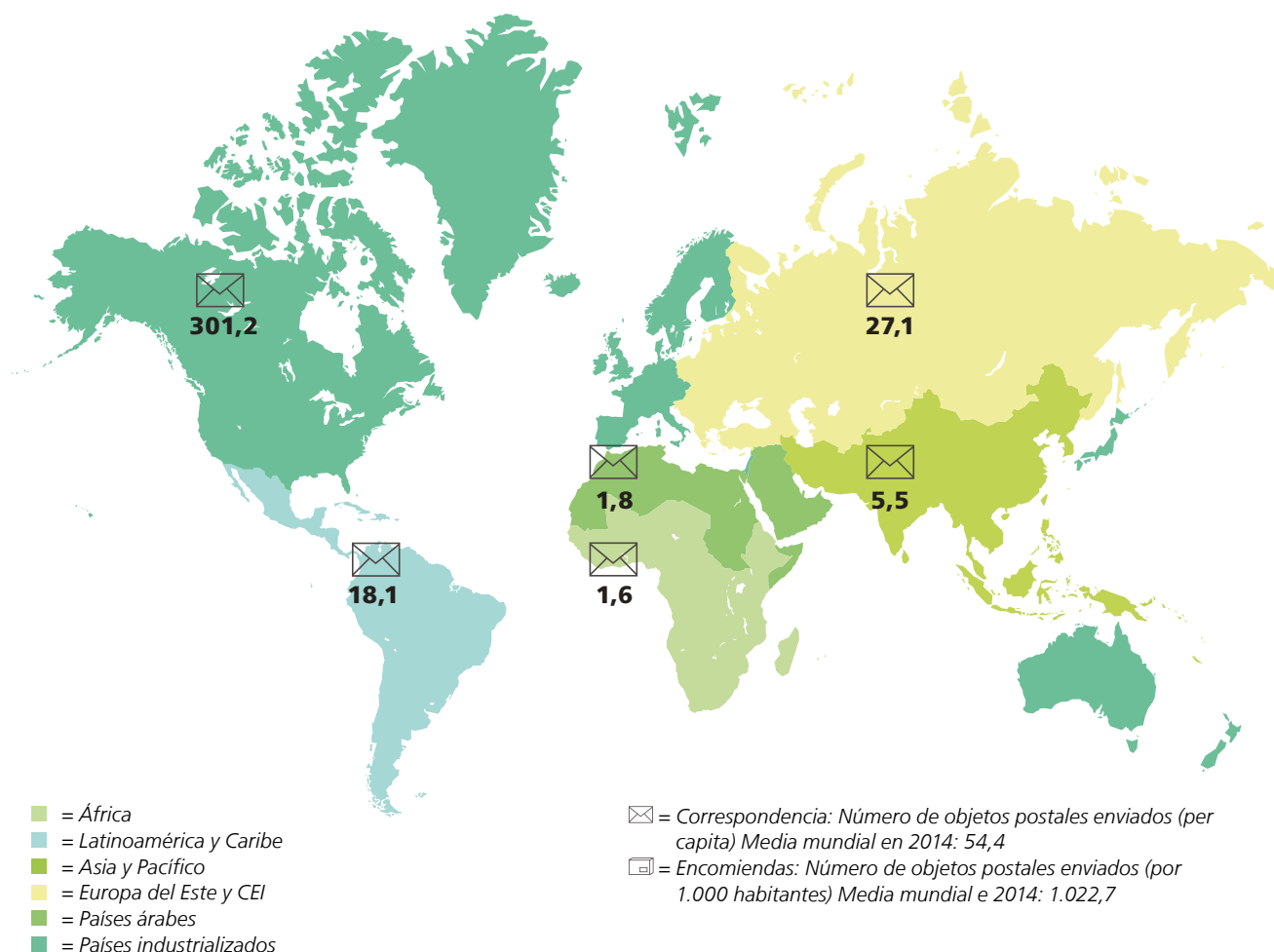
El número de establecimientos gestionados directamente por el Correo se redujo ligeramente en un 1,5 por ciento, lo que muestra un cambio hacia la concesión de franquicias. El número de empleados de Correos en 2014 era de 5,24 millones, lo que representa una disminución del 2,4 por ciento respecto al año anterior.

Entregas a domicilio

De acuerdo con estimaciones de la UPU, el 85,6 por ciento de la población mundial goza de la entrega a domicilio, el 11,3 por ciento tiene que recoger el correo en las oficinas postales, y el 3,1 por ciento sigue sin servicios postales. Estas cifras reflejan muy de cerca la situación en América Latina y el Caribe.

Mientras tanto, las tasas de entrega a domicilio siguen siendo bajas en África. Más de la mitad de los africanos tienen que recoger el correo en la oficina de Correos. El acceso también es un problema entre los países árabes, con el 63,3 por ciento de la población recibiendo el correo en casa. Poco menos de un 5 por ciento de las personas en la región árabe está sin los servicios postales.

Por el contrario, casi todos los clientes de la región Asia-Pacífico - el 98,5 por ciento - reciben su correo en el domicilio. Las estadísticas también indican una alta tasa de entrega a domicilio en la región Europa-CIS: el 97,1 por ciento. Y entre los países industrializados, el 96,6 por ciento de la población goza de entrega a domicilio, según las estimaciones. **AB**

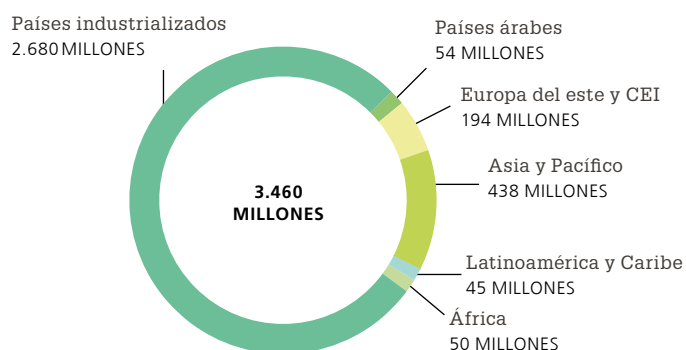


Correspondencia

TRÁFICO TOTAL 2014:
327.400 MILLONES DE OBJETO
 2013 – 2014: -2,6 %

A NIVEL DOMÉSTICO:
 323.900 MILLONES DE OBJETOS (99% DEL TRÁFICO TOTAL)
 2013 – 2014: -2,5 %

A NIVEL INTERNACIONAL:
 3.460 MILLONES DE OBJETOS (1% DEL TRÁFICO TOTAL)
 2013 – 2014: -7,3 %



Volumen internacional (Estimado por región, año 2014)

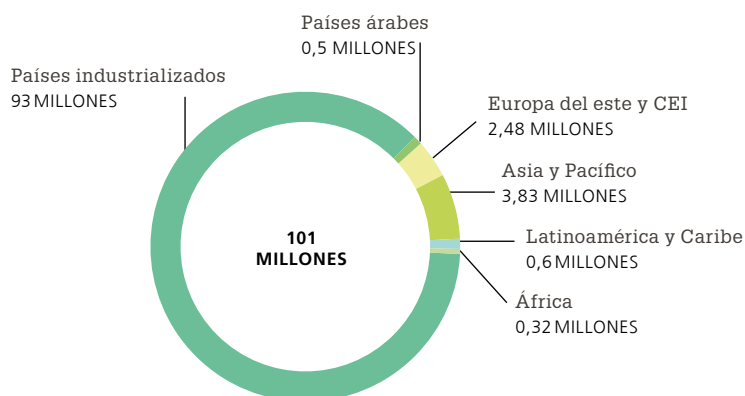


Encomiendas ordinarias

MEDIA MUNDIAL 2014:
10.618

A NIVEL DOMÉSTICO:
 7.277 MILLONES DE OBJETOS (98,6% DEL TRÁFICO TOTAL)
 2013 – 2014: +3,1 %

A NIVEL INTERNACIONAL:
 101 MILLONES DE OBJETOS (1,4% DEL TRÁFICO TOTAL)
 2013 – 2014: +5,7 %



Volumen internacional (Estimado por región, año 2014)

Habitantes por oficina de correos

MEDIA MUNDIAL AÑO 2014:
10.618



Europa del Este y CEI: 4.555 personas



Países industrializados: 5.305 personas



Asia y Pacífico: 12.106 personas



Latinoamérica y Caribe: 12.381 personas



Países árabes: 25.950 personas



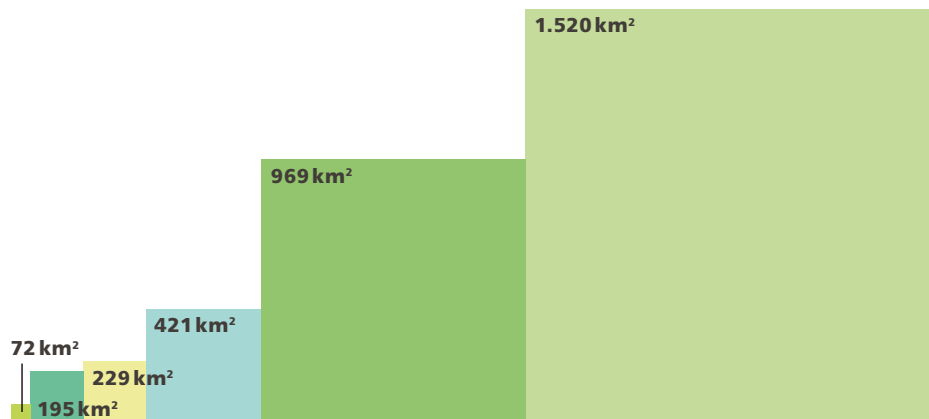
África: 67.900 personas



= 250 personas

Superficie media cubierta por una oficina permanente

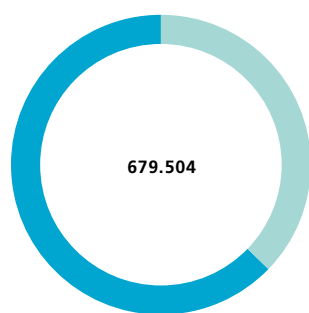
MEDIA MUNDIAL AÑO 2014
201 km²



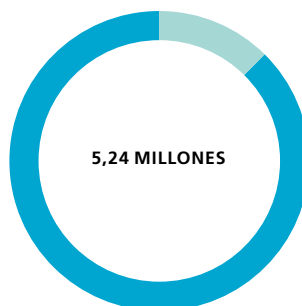
- = África
- = Latinoamérica y Caribe
- = Asia y Pacífico
- = Europa del Este y CEI
- = Países árabes
- = Países industrializados

Oficinas de correos

Personal



- 441.616 oficinas de Correos cubiertas por funcionarios de la Administración postal (65%)
- 237.888 oficinas de Correos cubiertas por personal no perteneciente a la Administración postal (35%)

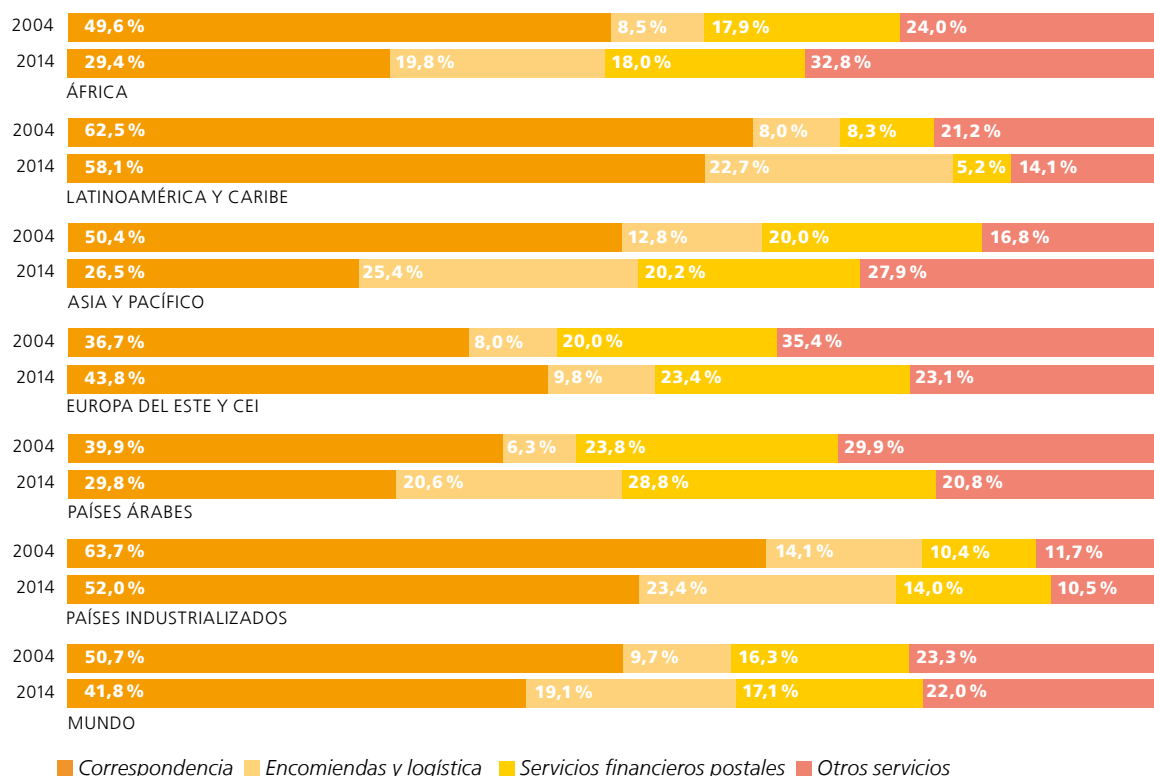


- 4,10 millones a tiempo completo (78,2%)
- 1,14 millones a tiempo parcial (21,8%)

ESTIMACIÓN A NIVEL MUNDIAL 2014

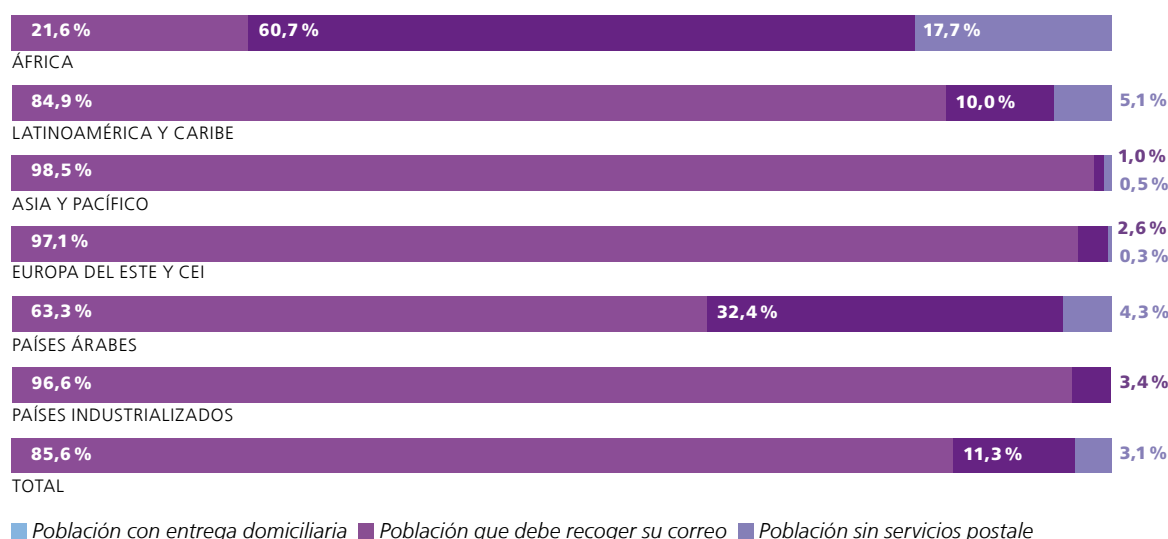
Ingresos postales por línea de negocio

PARTICIPACIÓN EN EL INGRESO POR REGIONES, 2004 & 2014, PROMEDIO ARITMÉTICO DE LOS OPERADORES DESIGNADOS EN CADA REGIÓN



Tipos de entrega por región

ESTIMADO POR REGIÓN 2014, PROMEDIO PONDERADO POR POBLACIÓN





Manos a la obra

Khalid Daoud, CEO de LibanPost, es el responsable de supervisar los cambios radicales que lleva a cabo el operador designado de Líbano. Recientemente realizó su primera visita a la sede de la UPU. Durante la misma, tuvimos la oportunidad de conocer de primera mano hasta qué punto la tecnología juega un papel importante en esta transformación.

TEXTO:
FARYAL
MIRZA

FOTO: LIBAN
POST

Union Postale: ¿Cuáles son las razones para el cambio en el Correo de Líbano?

La compañía ha tenido que diversificarse rápidamente del modelo de negocio postal vigente desde hace 200 años como consecuencia de la evolución del entorno, de la infraestructura y de la tecnología.

¿Están trabajando en algún tipo de innovación tecnológica? Hay un nuevo fenómeno en el negocio del taxi, donde un sistema automatizado identifica al más cercano a la ubicación de un cliente y se lo envía. Tenemos la intención de hacer algo similar en nuestras operaciones. Es extremadamente complicado. En el Líbano, hay 400 personas de LibanPost en las calles todos los días

laborables. Es muy complejo saber exactamente dónde están y reproducirlo en un mapa digital para poder enviar al cartero a un cliente en un tiempo determinado. Los estudios del proyecto están casi completos, pero la solución no se pondrá en marcha antes del tercer trimestre de 2016.

¿Hay alguna característica especial en el mercado libanés que justifique este tipo de servicio?

No es algo específico del Líbano, pero sí tiene que ver con el cambio que la organización desea llevar a cabo. Hoy en día, si tu papel es el de ofrecer un servicio, tiene que ser excepcional y excelente. La respuesta de alguien que entrega, recoge o presta un servicio no



puede ser "Puedo ir mañana". "Mañana" no es lo suficientemente bueno, ya que los clientes tienen obligaciones y no pueden quedarse en casa esperando todo el día.

LibanPost se está convirtiendo en una empresa de servicios. No se puede pretender ser una empresa de servicios y no ser capaz de adaptarse a las tendencias y la tecnología. Como organización, tenemos la obligación de citar a los clientes y estar allí no más tarde de 10 minutos de la hora acordada. Para poder hacer esto, es imperativo que LibanPost conozca el paradero de su gente y guiarla. Esto requerirá mucho personal, con responsables de equipo que se encargarán de enviar a los trabajadores postales a diferentes lugares y "moverlos" de un sitio a otro.

¿Hay más proyectos en camino?

Uno de los proyectos es el direccionamiento. En Líbano, las direcciones son descriptivas ya que no hay nombres de calles o números de las casas, o sea, no es científico. Nos dimos cuenta de que la georreferenciación podría ser una solución... usted sabe exactamente dónde se encuentra en cualquier parte del mundo mediante la alineación de 36 números, 18 verticalmente y 18 horizontalmente.

Desde mi punto de vista, esta es la forma más sofisticada de direccionamiento que conocemos. La cuestión es cómo convertir esos 36 números en algo más coherente. Hemos trabajado en esto y hoy tenemos una solución: un algoritmo que los traduce en una combinación alfa-numérica. Con esto, se puede tener una dirección que es científica, fácil de producir e identificar... ahora estamos con los últimos detalles y esperamos lanzarlo en el primer trimestre de 2016.

¿Está LibanPost interesada en participar en el mercado del comercio electrónico?

Estamos en el proceso de desarrollar nuestra propia plataforma de comercio electrónico. La idea es ofrecer acceso a las pequeñas y medianas empresas, que normalmente no tienen sus propias soluciones tecnológicas, y persuadirlas para que vendan sus artículos a través de nuestra plataforma. El Correo tendrá ingresos cada vez que se haga una venta mediante un porcentaje y los gastos de envío. La intención es vincularnos a las plataformas de comercio electrónico de otros Correos, como por ejemplo Italia, dentro del grupo de países Euromed en 2016.

LibanPost es una empresa privada con un mandato del gobierno para proporcionar el servicio postal universal.

¿Cómo funciona esto?

Somos la única empresa privada del Medio Oriente con este estatuto. Estamos regulados por el Ministerio de Comunicaciones y la Dirección de Correos. Tene-

mos el monopolio de las cartas de hasta 2 kg. Estamos obligados a proporcionar acceso universal, pero no estamos subvencionados por el gobierno. Esto es rentable en algunas partes del país, pero no en otras. La empresa es propiedad de las familias Mikiti y Sardar.

Usted no pertenece al mundo postal. ¿Qué es lo que le atrajo del Correo para aceptar su puesto?

He estado en la gestión de multinacionales como Gillette y Swatch durante mucho tiempo. Me sentí atraído por la complejidad de Correos. Yo estaba viviendo en el extranjero y quería regresar al Líbano. Yo buscaba algo que no fuera sencillo y pensé que este puesto era lo suficientemente complicado como para aceptar el reto.

¿Hay alguna similitud entre el mundo postal y otros sectores?

Sí, y tiendo a enfocar las cosas de esa manera. No soy un cartero y nunca lo seré. Mi reacción es la de un cliente. Lo que veo cuando miro a la organización es lo que el cliente quiere ver y esto me lleva a hacer cambios. De lo contrario, si yo hubiera estado en la organización durante mucho tiempo, habría adoptado determinados hábitos y no vería lo que estaba mal. Trato de mantener una cierta distancia. Tengo colegas que están más en forma técnicamente que yo, pero les hago preguntas para entender ciertos contextos.

¿Cuando un cliente mira a LibanPost, qué es lo que ve?

Una organización moderna en la que se puede confiar. A lo largo de una década hemos logrado construir una marca confiable y respetable. Todavía tenemos un largo camino por recorrer. Nunca estaré satisfecho con nuestra calidad de funcionamiento, porque cada vez que uno se fija un objetivo y llega a él, es el momento de pasar al siguiente, para ser mejor, más fuerte y más complejo. No se puede tener un servicio al cien por cien todo el tiempo, pero se puede intentar. Mientras yo esté aquí, seguiremos persiguiendo ese sueño imposible. **FM**



El Día Mundial del Correo alcanza nuevas cotas

El Correo es universal pero los distintos países del mundo le honran de distinta forma. Desde días festivos hasta la celebración de desfiles, innovaciones interesantes, nuevos sellos, productos y concursos, los países se desvivieron en 2015 por celebrar el Día Mundial del Correo.



El Correo de Macao (China) homenajea a los ganadores del concurso epistolar para jóvenes

TEXTO:
SAADIA
IQBAL

Celebrado en todo el mundo el 9 de octubre de cada año - aniversario de la fundación de la UPU en 1874 - el Día Mundial del Correo (DMC) pone de relieve la importancia del servicio postal. Es también una manera para los servicios postales de todo el mundo tanto de aprender como de inspirarse mutuamente.

El director general de la UPU, Bishar A. Hussein, en su mensaje anual del DMC reconoció que la tecnología ha desafiado al Correo de muchas formas. Sin embargo, remarcó que "los Correos que han logrado el éxito han utilizado estos desafíos como oportunidades para innovar".

Esto se hace evidente cuando uno echa un vistazo a las celebraciones del DMC en 2015. Los servicios postales de

todo el mundo han estado trabajando duro en la incorporación de estos tres motores: innovación, integración e inclusión, y muchos de ellos aprovecharon esta celebración del 2015 para exhibir sus iniciativas.

El espadarazo definitivo al Día Internacional vino de Liberia. El presidente Ellen Johnson Sirleaf declaró el 9 de octubre de 2015 como día festivo en reconocimiento de los servicios postales. "De acuerdo con la misión global de la Unión Postal Universal, los clientes postales de todos los países han de ser tratados con igual cortesía [y] respeto" anunció el Ministerio de Asuntos Exteriores del país.

Los ministros responsables de las comunicaciones y sectores relacionados también hicieron declaraciones



El regulador de Malawi prestó ayuda a un centro maternal de salud.

resaltando la importancia del DMC en países como Costa de Marfil, Bulgaria y Tanzania.

Los operadores designados informaron de celebraciones en todo el mundo, desde Brunei a Cuba. Por citar algunos ejemplos, en la isla de Tahití, en la Polinesia Francesa se celebró una exposición y un concierto; en Colombia, se emitieron miles de tarjetas postales que podían ser enviadas de forma gratuita a cualquier parte del país; y en la India, el día formó parte de la Semana Nacional de Correos, que incluía visitas de los escolares a las instalaciones postales así como otros eventos de difusión pública relacionados con el Correo.

Innovación

Los servicios postales están reinventándose continuamente para mantenerse a la altura de la era digital y el DMC de 2015 demostró hasta qué punto lo están consiguiendo.

En Croacia, por ejemplo, se produjo el lanzamiento de una flota de 180 bicicletas eléctricas que el personal de entrega postal utilizará en lugar de ciclomotores con motor de gasolina. Los cálculos indican que el paso a las bicicletas eléctricas se traducirá en un ahorro anual de alrededor del 86 por ciento, así como una disminución de las emisiones de dióxido de carbono en unas 100 toneladas por año.

En Malta, el DMC de 2015 fue testigo del lanzamiento de un nuevo servicio largo tiempo esperado para dar respuesta a un desafío que viene de lejos: muchos vendedores en línea no envían productos a Malta. SendOn de Maltapost ofrece ahora a los consumidores una dirección en la Unión Europea (en concreto en Alemania, Reino Unido e Italia) o en los Estados Unidos. Una vez que el artículo llega a esa dirección, Maltapost lo recogerá y entregará directamente en el domicilio del cliente en Malta.

Integración

Según el director general de la UPU, Bishar Hussein, para que la integración se realice con éxito, "el Correo necesitará construir una red sin fisuras que se conecte tanto virtual como físicamente, y que tenga una presencia local e internacional".

En Jamaica, el Correo informa de que el DMC fue una oportunidad para lanzar un servicio local de entrega al



Croacia presentó una nueva flota de bicicletas eléctricas

Malawi

El Día Mundial del Correo 2015 adoptó un enfoque filantrópico en Malawi. La autoridad reguladora de las comunicaciones se unió a los operadores postales y de mensajería para ayudar al Centro de Salud Euthini. Proporcionaron energía a la maternidad del centro, a las zonas prenatales y postnatales, se renovaron baños y aseos, y se sustituyeron las ventanas rotas. El centro también recibió muchos artículos útiles, entre ellos un generador de electricidad, 20 camas de hospital, 22 colchones, 44 mantas celulares, 31 cortinas y 44 mosquiteros. El secretario de información Justin Saidi resumió así el día: "Todo esto refuerza el hecho de que el sector de las comunicaciones del país puede unirse y mejorar las vidas de la gente común".



Guyana Post ofreció cheques sanitarios a las personas mayores

siguiente día laborable, completamente renovado, denominado Zip Mail. Con el nuevo Zip Mail, los clientes pueden recoger sus envíos o recibirlos en su domicilio en determinadas áreas, y, en todas las etapas, realizar un seguimiento en línea del progreso de sus paquetes.

Con su lanzamiento, Jamaica Post espera enviar un mensaje a su personal, al público y a sus competidores: el Correo está listo para innovar, competir y dejar su huella en el negocio de mensajería. En otras palabras, según el sitio web de la empresa: "Jamaica Post está aquí para quedarse".

El Servicio Postal de St. Kitts y Nevis también puso en marcha un nuevo "servicio de buzón para Estados Unidos", que está destinado a hacer más fáciles las compras en línea para los locales al permitir que los artículos se entreguen en una dirección de Estados Unidos y luego enviados al país caribeño.

Pero las redes dependen, en última instancia, de la gente, y la comunicación interpersonal va encaminada más y más hacia la construcción de redes. Una forma de que el Correo trabaje en la integración es conectando con las comunidades locales y haciéndolas conscientes del papel integrador que el Correo juega en su vida. El DMC es una buena plataforma para el lanzamiento de esta idea.

Armenia y Portugal también celebraron el DMC mediante la concesión de premios a los jóvenes por el envío de cartas. En Filipinas, el operador designado celebró por tercera vez a nivel nacional el Día de la Escritura de una Carta. Una iniciativa similar también se puso en marcha en Gibraltar.

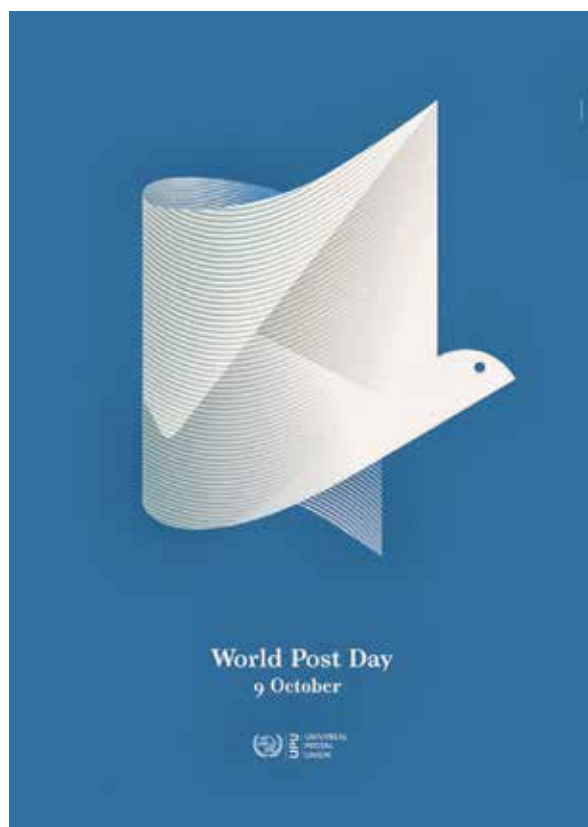
En Irán, el Ministerio de Comunicaciones y Tecnología de la Información dio a conocer dos nuevos sellos, en los que el rostro del poeta místico persa Hafez se convirtió en algo cotidiano para todo aquel que envíe cartas. Él fue quien advirtió: "Las palabras que dices se convierten en la casa en que vives."

En otros países como Japón, Malasia, Portugal, Tailandia y Ucrania se emitieron sellos conmemorativos. Los operadores designados de las Islas Åland (Finlandia), Alemania, Italia, Macao y Moldavia ofrecieron matasellos también conmemorativos.

Guayana aprovechó la oportunidad para ofrecer controles de salud a las personas mayores. En Botsuana, el Correo llevó a cabo una celebración en Molepole —el lugar donde se encuentra un árbol histórico que fue punto de partida para enviar y recibir correo durante la Segunda Guerra Mundial y posteriormente, hasta la llegada del moderno correo. El árbol era conocido con el nombre de "Molepole". BotswanaPost celebró con poemas, música tradicional y una obra de teatro representada por el propio grupo de teatro de la compañía. Una mini-exposición mostraba las "reliquias" de la antigua oficina de Correos.

En Mali, la asociación de mujeres trabajadoras de Correos organizó un espectáculo de folklore, mientras que sus homólogos jubilados realizaron un concierto. En Serbia, el DMC estuvo marcado por un "desfile postal" en la ciudad de Banja Luka, como una oportunidad para que los ciudadanos se relacionen y familiaricen con los trabajadores de Correos.

Volviendo la vista atrás, a las celebraciones de este Día Mundial del Correo 2015, está claro que el Correo todavía tiene el poder de atraer a mucha gente. En todo el mundo, las personas se unieron a las celebraciones, aprendieron más acerca de los sistemas postales de sus países, y se dieron cuenta de nuevo de la relevancia del Correo para su vida cotidiana. También se puso de manifiesto la creatividad de las personas, a través de concursos de cartas, teatro, arte, y otras actuaciones. En muchos sentidos, por tanto, la innovación, la integración y la inclusión son ya fundamentales para la forma en que el Correo opera en el mundo. **SI**



Unos 50.000 posters del DMC donados por la UPU fueron expuestos en todos los Correos del mundo



El Correo armenio homenajeó a la ganadora nacional del concurso de composiciones epistolares

Filantropía, filatelia y festividad: el Día Mundial del Correo lo cubre todo en Mauricio

En Mauricio, las actividades se planificaron con semanas de antelación. Para empezar, el Correo de Mauricio tiene su propia celebración en su sede, con música y actuaciones. La idea, dice el CEO de la empresa Giandev Moteea, es crear espíritu de equipo y también compartir con el personal el mensaje del DMC de la UPU. Mauritius Post también organiza un montón de actividades a lo largo y ancho de la isla. Este año, el gran evento fue la apertura de una nueva sucursal que cuenta con una amplia oficina para el público en la ciudad de L'Escalier. El ministro de Tecnología, Comunicación e Innovación, Rosh Bhadain, estuvo presente en la inauguración, así como miembros del consejo, ejecutivos y los habitantes locales, que, de acuerdo con Moteea, estaban "muy felices de contar con una oficina de correos más amplia".

Además, Mauritius Post llevó a cabo actividades deportivas, y jornadas de puertas abiertas en las oficinas de Correos y en el Museo Postal. Uno de los objetivos era animar a la gente a saber más acerca de la filatelia, para lo que la empresa también tiene un club juvenil, donde los coleccionistas explican la filatelia los jóvenes.

Mauritius Post celebra cada año en el DMC multitud de eventos filantrópicos. En 2015, organizó visitas a hogares de

ancianos, discapacitados y huérfanos, con el fin de donar alimentos y atender otras necesidades como la donación de sangre en colaboración con la Asociación de Donantes de Sangre. Este año resultó ser especial, ya que el empleado del Correo de Mauricio, Roberto Francois, donó su sangre por 62ª vez.

Así que, ¿por qué todo este esfuerzo en el DMC? "Queremos crear una mayor conciencia sobre el papel y la responsabilidad del Correo. Queremos que la gente entienda el Correo, su reinención, y lo importante que es. Es realmente una ventanilla única y también lo hemos diversificado mucho. Queremos que la gente sea consciente de ello y que venga al Correo y utilice sus servicios. Tenemos algo para todos los segmentos de la sociedad: gobierno, sector privado, las PYME, los turistas, e incluso nuestra diáspora, ya que ofrecemos una gran cantidad de servicios en línea. El Correo desempeña un papel importante en el dinamismo económico del país y de la región", explicó Moteea. **SI**



Japan Post vela por los mayores

Japan Post, una empresa, dedicada fundamentalmente a la entrega de correo, cuyas raíces se retrotraen a 1871, ha evolucionado enormemente proporcionando en la actualidad una serie de servicios adicionales, como la banca, el transporte y los seguros a los que ha añadido, con la ayuda de IBM y Apple, la atención a los ciudadanos de mayor edad.

TEXTO:
JULIAN RYALL
(TOKIO)

Una de las últimas tareas añadidas son los servicios de vigilancia y apoyo, denominados Watch Over, en virtud de los cuales los empleados de Japan Post se detienen en las casas de las personas de edad avanzada para asegurarse de que están en buen estado de salud y luego pasan esa información a sus familiares. Inicialmente lanzado en 2013, el sistema basado en tarifas se amplía este año con la introducción de iPads que conectarán directamente a los ancianos con sus familias, sus comunidades, sus proveedores de atención médica y de servicios.

El objetivo, afirma Japan Post, es convertirse en una empresa dedicada plenamente al 'apoyo vital'. "El Correo puede ser un importante proveedor de apoyo vital para la gente de Japón y un elemento clave de nuestra infraestructura social", asegura Hideo Murata, senior manager de relaciones públicas de Japan Post Holdings Co., Ltd. Añadiendo que "expandiendo nuestros servicios a toda la red de oficinas postales", el grupo puede alcanzar el objetivo mencionado.

Envejecimiento de la población

Uno de los más graves – y apremiantes – problemas a los que se enfrenta Japón actualmente es el rápido envejecimiento de la población. La gente vive más tiempo que nunca, debido fundamentalmente a los grandes avances de la medicina y la sanidad pública.

En 2014, las personas mayores de 65 años representaban algo más del 25 por ciento de la población, lo que significa que había más de 32,68 millones de japoneses mayores de 65 años. Aún más preocupante es el número de jubilados: por primera vez, más del doble de los 16,31 millones de japoneses menores de 15, lo que subraya la velocidad a la cual la sociedad está envejeciendo en el país.

Dado el descenso de la natalidad en Japón, se espera que los ancianos den cuenta de más del 30 por ciento

de toda la población en el año 2025. Estas cifras se reproducen con exactitud a escala global, la Organización Mundial de la Salud predice que para el año 2050, el 22 por ciento de la población del planeta será de más de 60 años.

Satisfacción de las necesidades

La desventaja de una mayor longevidad es la presión adicional en los servicios de salud debido a la caída de los ingresos fiscales destinados a soportar los gastos derivados de la atención a los mayores. Es comprensible que el gobierno japonés esté interesado en que las personas de edad avanzada conserven su independencia y se queden en sus casas el mayor tiempo posible para limitar la presión en su sistema de salud. Esta iniciativa de control y vigilancia está diseñada para facilitararlo.

"Queremos proporcionar nuevos servicios que promuevan la conexión entre la gente, mejoren la calidad de vida de los mayores y sus familias y contribuyan también a mejorar la salud pública y el bienestar social", afirma el Sr. Murata.

"Estamos adoptando las últimas tecnologías para la nueva versión de este servicio de 'vigilancia' y atención, que hemos diseñado de manera que se pueda manejar fácilmente, incluso por las personas mayores", añadió. "Utilizando estos 'dispositivos inteligentes', esperamos que nuestro servicio sea aceptado por los mayores como uno más de los servicios sociales que proporciona el grupo Japan Post".

IBM y Apple

Japan Post comenzó a trabajar con IBM y Apple a finales de 2014 para desarrollar el servicio. El objetivo de las empresas era contar con 4 o 5 millones de abonados en 2020. Las aplicaciones que se utilizan han sido desarrolladas por IBM Global Business Services y la rama digital



Casi 33 millones de japoneses superan los 65 años de edad (Foto: iStok)

27

de la firma, IBM Interactive Experience, y se entregan mediante los servicios en la nube MobileFirst para iOS, incluido el aprovisionamiento y la gestión de millones de dispositivos, informó Kyohei Suzuki, de IBM Japón.

Dichas aplicaciones incluyen FaceTime, mensajería, e-mail, fotos y iCloud Photo Sharing, junto con acceso a Apple Store, iTunes Store and iBooks Store. IOS 8 tiene características galardonadas, diseñadas teniendo en cuenta a los ancianos, como las configuraciones para baja visión y para los usuarios con problemas de audición.

Otras características ideadas por IBM incluyen recordatorios y alertas acerca de los medicamentos, el ejercicio y la dieta, así como el acceso directo a los datos sobre las actividades de la comunidad y los servicios de apoyo, tales como ir de compras. IBM también está capacitando a los empleados de Correos del Japón sobre cómo utilizar el sistema para que luego puedan pasar sus conocimientos a los usuarios finales.

"Las aplicaciones harán las funciones diarias más fáciles para los ciudadanos senior - cosas como la conexión con sus seres queridos en el iPad a través de FaceTime, programar un servicio de taxi, establecer recordatorios de medicamentos, suscribirse al voluntariado o al empleo a corto plazo y la comunicación con los empleados Japan Post en sus ramas postal, de seguros y bancaria", dijo el Sr. Suzuki.

"Esperamos que el ecosistema de proveedores de servicios se expanda drásticamente con el tiempo", añadió. "Las aplicaciones vendrán pre-cargadas en el dispo-

sitivo y luego el usuario puede personalizar sus preferencias, como todos lo hacemos con nuestros dispositivos personales."

Periodo de prueba

El programa piloto está proyectado para comenzar en octubre y las empresas anticipan el despliegue completo en 2016. Japón está actuando como campo de pruebas para la tecnología, los desarrolladores anticipan que será de interés para otros mercados que están experimentando un aumento similar en el número de personas mayores. Según Suzuki: "Esta asociación es la primera de su magnitud en lanzar las tecnologías móviles en el campo de las cuestiones sociales y económicas asociadas con el envejecimiento de la población. Creemos que este proyecto proporcionará un modelo que puede replicarse en otros países con los mismos retos." JR

Amazon planifica su expansión

El impulso de Amazon para incrementar sus operaciones de envío y entrega no parece ir en disminución. El gigante minorista en línea está expandiendo agresivamente sus extensas redes en un intento de proporcionar una entrega conveniente y rápida.

TEXTO:
EMMANUEL
DUH

Los planes incluyen la construcción de una red más sólida de entrega de paquetería en Alemania, el arrendamiento de aviones para contar con unos servicios de carga más fluidos, y la puesta en marcha servicios de entrega de restauración. La empresa también se ha asociado con un servicio de recogida de paquetes de Australia, para ampliar sus lugares de entrega.

Operaciones en Alemania

Según informes, Amazon está utilizando un centro de distribución en Olching, cerca de Múnich, como punto de partida para la expansión de su red de paquetería alemana. La empresa busca establecer centros de distribución cerca de los centros urbanos para ser menos dependiente de los socios de distribución y más flexible en la entrega de paquetes, según ha declarado un representante de Amazon a la prensa alemana. Sin embargo, los socios locales de distribución parecen todavía importantes para las operaciones de entrega de Amazon, ya que, según informa la compañía, trabaja con seis empresas de entrega, locales o regionales, en las instalaciones de Olching.

Carga aérea

Al centrarse en lograr una entrega eficiente y competitiva, Amazon trata de evitar retrasos por parte de sus socios de logística en Estados Unidos. En consecuencia, el minorista en línea, que tiene su sede en Seattle, Washington, está en negociaciones para alquilar 20 Boeing 767 para el servicio de entrega de la carga aérea.

"Amazon está bastante harta del cuello de botella que los transportistas terceros suponen para su crecimiento", afirmó Colin Sebastian, analista financiero, citado en el Seattle Times. Como paso previo a la operación, Amazon

ha estado probando el proyecto de carga aérea en Wilmington, Ohio.

Servicio de restauración a domicilio

Otras novedades recientes de Amazon incluyen su servicio de restauración a domicilio puesto en marcha el pasado septiembre en Seattle a través de su aplicación Prime Now para la entrega en una hora, y desde entonces ha introducido el servicio en otros lugares de Estados Unidos. Los clientes de Prime Now utilizan una aplicación de móvil para realizar pedidos de comida en restaurantes locales que ofrecen este servicio a través de Amazon.

Recogida de paquetes

Otro servicio que Amazon está proporcionando en Australia es la recogida de paquetes a la comodidad del cliente. Para las personas que trabajan a tiempo completo, la entrega y recogida de paquetes puede resultar incómoda. En un esfuerzo por hacer estas tareas más convenientes y adecuadas a los estilos de vida de las personas muy ocupadas, Amazon se ha asociado con ParcelPoint, una empresa australiana de recogida de paquetes, lo que permite que más de 1.000 de sus establecimientos se asignen a Amazon como "Puntos de recogida".

Esto facilita que Amazon envíe los pedidos a las tiendas de la red ParcelPoint -droguerías, farmacias y establecimientos de conveniencia – abiertas hasta tarde y también los fines de semana, en lugar de enviarlos a los hogares de los clientes en un momento en el que quizás no se encuentren en el domicilio. **ED**



ALEMANIA

El Grupo **DEUTSCHE POST DHL** ha comenzado a probar la entrega de paquetes en el mismo día a través de su red de autobuses de larga distancia, Postbus. El servicio se está probando en Berlín y Hamburgo, y está previsto que se amplíe a otras ciudades.

El Correo también está ofreciendo un nuevo servicio para los vendedores de comercio electrónico alemanes llamado *Ländernachweis*, destinado a hacer más transparente el rastreo transfronterizo de las mercancías. La compañía utiliza etiquetas RFID colocadas sobre o dentro de los envíos para dar a los remitentes y a los clientes una información más clara de la situación de sus encomiendas.

ALEMANIA/FRANCIA

DEUTSCHE POST contempla la compra de una participación minoritaria -27,5 por ciento- de la firma francesa *Relais Colis*, especialista en logística de comercio electrónico. La intención es proveer a DHL con un mayor acceso al mercado de comercio electrónico en Francia.

AUSTRIA

AUSTRIAN POST ha abierto la oficina de Correos número 300 con zona de auto-servicio, que ofrece acceso a la taquilla de paquetes, las máquinas de franqueo y determinados servicios de correo las 24 horas del día, los siete días de la semana.

CANADÁ

El Consejo de Administración de **CANADA POST** ha rechazado la petición del nuevo gobierno liberal para que su CEO Deepak Chopra dimita voluntariamente. La negativa ha sido la respuesta a una carta del nuevo gobierno solicitando que los nombrados por los conservadores últimamente declinen continuar su mandato de cinco años.

CHINA/AUSTRALIA

El Grupo **ALIBABA** ha firmado un acuerdo con Australia Post. El acuerdo se centra en el sitio web al por mayor del gigante chino de comercio electrónico, 1688.com, y permite que las tarjetas de compra Alipay sean distribuidas en todos los establecimientos de Australia Post. El acuerdo tiene como meta conectar a los consumidores australianos con los fabricantes chinos a la vez que impulsa el consumo chino de los productos australianos.

CHINA/TURQUÍA

DHL Global Forwarding ha anunciado un nuevo corredor ferroviario entre el sur de China y Turquía. Este enlace ferroviario forma parte de la iniciativa china "Un cinturón, un camino", que se

espera genere más de 2,5 billones de dólares USA anuales en transacciones comerciales durante los próximos diez años.

Entre tanto, el Postal Savings Bank de China ha recaudado 7 millones de dólares a partir de diez inversores nacionales y extranjeros, cantidad por encima de su oferta pública inicial prevista. La venta de una participación del 17 por ciento a los principales inversores, incluidos UBS y JP Morgan es la mayor recaudación de fondos privados de la industria financiera china.

ESTADOS UNIDOS

El **USPS** ha comenzado el despliegue de sus 9.000 furgonetas de reparto Ram ProMaster 2500 recién adquiridas, suministradas por Fiat Chrysler. Las furgonetas se utilizan para la recogida de correo, entrega de paquetes y descarga en buzones de recogida y distribución.

El Correo también está ampliando su "Servicio Entrega informado", que consiste en enviar por correo electrónico las imágenes del exterior de las cartas a los clientes antes de la entrega. Este servicio gratuito existe en algunas partes del norte de Virginia y se está extendiendo a áreas metropolitanas de la ciudad de Nueva York.

FEDEX ha declarado que un aumento sustancial de última hora en los envíos de comercio electrónico es responsable de los retrasos en la entrega de paquetes de Navidad, con volúmenes muy por encima de los registros anteriores. Por otra parte, la empresa había advertido que las condiciones climáticas severas darían lugar a retrasos.

UPS informa que el suministro de su flota en Memphis, Tennessee, y Jackson, Missouri, será el gas natural renovable procedente de desechos. La decisión es parte de un acuerdo de varios años con Memphis Luz, Gas y Agua y Atmos Energy Marketing. El gas natural alimenta más de 140 camiones, según el servicio de mensajería.

ESTADOS UNIDOS/UNIÓN EUROPEA

La Comisión Europea ha "aprobado sin condiciones" la adquisición de **TNT EXPRESS** por parte de FedEx. La Comisión llegó a la conclusión de que los dos courrier "no son competidores cercanos" y que la transacción no afectaría negativamente a los consumidores europeos. Las compañías están trabajando con las autoridades reguladoras para obtener las aprobaciones de otros países, sobre todo Brasil y China, según un comunicado publicado conjuntamente por las dos firmas.

FINLANDIA

Posti ha firmado un acuerdo con la compañía finesa Anttila Oy para proporcionar servicios de la cadena de suministro en Finlandia a sus grandes

almacenes y servicios de ventas en línea. Los planes de Posti incluyen el almacenamiento, el transporte de los productos a las tiendas y los clientes, y la devolución de los pedidos en línea.

FRANCIA

LA POSTE ha introducido un nuevo servicio con el nombre de "Domino" diseñado para permitir a los usuarios enviar paquetes con sólo pulsar un botón. Los clientes introducen los artículos que deseen enviar en un buzón de correo especialmente equipado, y el operador postal a continuación, recoge, empaca y envía el objeto.

El operador designado francés también se ha asociado con dos nuevas empresas tecnológicas, Cults y 3DSlash, para desarrollar un nuevo sitio web "Innovar y crear en 3-D", destinado a mostrar lo que puede lograrse con la impresión 3-D, a través de una amplia gama de objetos 3-D de diseñadores de todo el mundo.

GRAN BRETAÑA

Un análisis de las perspectivas de negocio en línea realizado por eBay y YouGov ha mostrado que las pequeñas empresas de Gran Bretaña son optimistas sobre el año 2016: muchas de ellas esperan que aumente el empleo, las exportaciones y su oferta de productos. En cuanto a las cifras, casi la mitad expresaron su optimismo, mientras que el 22 por ciento se pronunciaron negativamente, es decir son pesimistas sobre la economía del país.

ROYAL MAIL ha adquirido NetDespatch, una plataforma de envío, gestión de datos y etiquetado de paquetes para los correos y courrier. Según Royal Mail esta adquisición ayudará a proporcionar a los clientes soluciones de comercio electrónico integradas para la gestión del transporte y seguimiento de paquetes.

El Post Office alcanzó la cifra de 5.000 oficinas modernizadas con la apertura de un nuevo punto de venta en Caterways, Inglaterra. El programa de inversión ha dado lugar a una ampliación del horario de apertura, lo que, según la empresa, aumenta las ventas en ese tipo de sucursales en un 10 por ciento.

HOLANDA

POSTNL procesó y entregó más de 1,4 millones de paquetes en un mismo día, el 22 de diciembre de 2015, lo que significa un aumento del 30 por ciento en comparación con el año anterior y 100.000 más que el 1 de diciembre, el día récord anterior.

IRLANDA

AN POST tiene como objetivo facilitar las compras en línea mediante la instalación de buzones de recogida y distribución, resistentes al agua y mon-

tados en la pared. El operador designado ya ha suministrado dichos buzones a más de 1.500 hogares y negocios del sudeste de Irlanda y planea extender los mismos -con cabida para paquetes y cartas- a los clientes de todo el país.

ITALIA

El gobierno italiano ha puesto en marcha la oferta pública inicial de **POSTE ITALIANE**. Una primera ronda de presentaciones tuvo lugar en octubre, junto con una venta de acciones para los empleados de Correos. El Tesoro italiano dijo que ofrecería una participación de alrededor del 38%. El valor inicial de la empresa se estima en 8.800 millones de Euros.

LITUANIA

LITHUANIAN POST ha introducido un sistema de auto-servicio electrónico que permite a los clientes enviar y realizar un seguimiento de los envíos certifi-

cados. El sistema requiere que los clientes introduzcan datos en línea y añadan un adhesivo especialmente impreso en el objeto saliente, que luego se entrega a un empleado del Correo local.

El Correo también ha puesto en marcha un período de prueba para las taquillas destinadas a depositar las encomiendas individuales, invitando a 100 voluntarios a probar el nuevo servicio de forma gratuita. Las taquillas de paquetería personales se han instalado cerca de las casas de los voluntarios.

RUMANÍA

POȘTA ROMÂNĂ va a invertir este año aproximadamente 17 millones de euros (18,4 millones de dólares USA) en la modernización de su red de TIC. La inversión aumentará el número de oficinas de Correos equipadas con una conexión VPN de 1.000 a 2.000, según anuncia el Correo.

SUIZA

SWISS POST procesó en diciembre hasta el día de Navidad, más de 18 millones de paquetes. Este es el cuarto año consecutivo de volúmenes récord, con cerca de 17 millones de paquetes en 2013 y casi 18 millones en 2014, según informa el operador designado

Textos de Emmanuel Duh

¿Aún no se ha suscrito?



Únase a nuestros miles de lectores. Reciba cuatro números al año de nuestra revista insignia en uno de los siete idiomas.

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

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

NOMBRE	IDIOMA DESEADO DE LA REVISTA:
PUESTO	<input type="checkbox"/> INGLÉS
ORGANIZACIÓN/OPERADOR	<input type="checkbox"/> FRANCÉS
DIRECCIÓN POSTAL COMPLETA	<input type="checkbox"/> ÁRABE
	<input type="checkbox"/> CHINO
	<input type="checkbox"/> ALEMÁN
DIRECCIÓN DE CORREO ELECTRÓNICO	<input type="checkbox"/> RUSO
TELÉFONO	<input type="checkbox"/> ESPAÑOL
FAX	

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

HAPPY



Photo credit: Janeth Rodriguez-Garcia - Preiser figures; Brenda, Dylan & Bob - Design: martinecy

POSTAL AND LOGISTICS SOLUTIONS

At the heart of your business is customer satisfaction and we entirely share this goal. Our solutions and services ensure that your distribution process is optimised and your recipients are better served.

Serving your customers – Together.

www.solystic.com

 **SOLYSTIC**
a NORTHROP GRUMMAN company