

El 9 de octubre se conmemora la fundación de la Unión Postal Universal en 1874

CORREOS CELEBRA EL 'DÍA MUNDIAL DEL CORREO' 2012

- ✓ La finalidad de esta jornada es concienciar sobre el papel del sector postal en la vida de los ciudadanos, las empresas y su contribución al desarrollo social y económico
- ✓ Según el presidente de CORREOS, la empresa postal debe apoyarse en las nuevas tecnologías para mejorar e innovar la cartera de productos y servicios y diversificarla al máximo

Madrid, 9 de octubre de 2012.- CORREOS se une a la celebración del '**Día Mundial del Correo**' (World Post Day), en una jornada que coincide con la fecha en que se creó en 1874 la Unión Postal Universal (UPU). Bajo el lema "Una estrategia para un nuevo mundo", el objetivo de este día es crear conciencia sobre el papel del sector postal en la vida cotidiana de los ciudadanos y de las empresas y su contribución al desarrollo social y económico de los países.

Desde 1969, los 191 correos miembros de la UPU celebran el '**Día Mundial del Correo**' en algunos países se conmemora como una fiesta de trabajo, muchas oficinas de correos utilizan el evento para presentar o promover nuevos productos y servicios postales y en otros lugares en este día se fomenta el envío de cartas o tarjetas con mensajes solidarios.

El correo es un medio de comunicación tan antiguo, como útil y efectivo que une a las personas en la distancia y desde siempre ha sido el vehículo por excelencia para difundir ideas. Así, la carta es un método tradicional y seguro que, aunque originariamente transmitía asuntos de Estado, con el paso del tiempo se convirtió en reflejo de la vida cotidiana y de las relaciones comerciales.

COMERCIO ELECTRÓNICO EN EL NEGOCIO POSTAL

En palabras del director general de la UPU, Edouard Dayan, la celebración de esta jornada constituye "no sólo una excelente oportunidad para hacer conocer mejor a las autoridades gubernamentales, a los empleados de Correos y al público en general, los objetivos y las actividades de la UPU, sino que también contribuye a sensibilizar al público con respecto al papel primordial de los servicios postales en la red mundial de comunicaciones".



Dayan ha animado a los operadores postales a impulsar unos servicios postales eficaces y asequibles y a aprovechar las nuevas tecnologías para diversificar y mejorar su gama de servicios. En este sentido, ha enfatizado el papel que puede jugar en el negocio postal el comercio electrónico y ha subrayado que “es una opción estratégica acertada que están realizando muchos correos al convertirse en facilitadores y distribuidores de las compras online”.

El director general de la UPU ha asegurado, además, que este organismo seguirá apoyando a los operadores a interconectar mejor sus redes postales y a facilitar los intercambios y “aportará también sus competencias técnicas y conocimientos especializados, alentará a los Correos a innovar para que los productos y servicios postales actuales satisfagan mejor las expectativas de los consumidores y desarrollen el sector postal en forma sostenible”.

LOS CLIENTES, UN REFERENTE ESENCIAL

Por su parte, el presidente de CORREOS, Javier Cuesta, asegura que la empresa postal tiene capacidad para servir y satisfacer a los clientes y lograr mayor eficiencia y adaptación a lo que demandan, “mediante proyectos orientados a la integración electrónica con el cliente, al intercambio seguro de información, a la creación de plataformas de uso sencillo que aúnen un conjunto de servicios en el ámbito digital y complementen, por ejemplo, la mensajería electrónica y la operativa asociada a la paquetería e-commerce”.

“Debemos aprovechar -prosigue- las oportunidades que nos brindan las comunicaciones electrónicas -en lugar de percibir las como una amenaza-, reforzar nuestra presencia y posición en el ámbito telemático y apoyarnos en las nuevas tecnologías, para mejorar e innovar la cartera de productos y servicios, y diversificarla al máximo”.

Según Cuesta, los operadores tienen que potenciar la orientación hacia el mercado y, para ello, los clientes son un referente esencial. Es importante conocer lo que quieren y estar al día de los avances tecnológicos que permitan generar nuevos productos en nuevos soportes: “CORREOS ha creado sites específicos como el de paquetería, escuchamos en las redes sociales la voz de los consumidores, hemos apostado por la Comunicación 2.0 con nuestros empleados y estamos en continua evolución para aprovechar este canal”.

Los operadores postales cuentan con 700.000 puntos de venta y 5,4 millones de empleados al servicio de los clientes en todo el mundo. Gracias a ellos, los correos de la UPU ofrecen la mayor red de distribución y gestionan 380 MM de cartas y 6.1 MM de paquetes, lo que facilita que un 82% de la población mundial reciba el correo en su domicilio. Las oficinas postales ofrecen a sus clientes la posibilidad de acceder a una amplia oferta de productos postales y servicios financieros y electrónicos, de hecho, el 77% de los operadores disponen de servicios postales online.

Síguenos en:



facebook

