

Universidad de las Ciencias Informáticas

Facultad1



Título: Aproximación a un modelo de negocio de Correo Híbrido.

Trabajo de Diploma para optar por el título de
Ingeniero Informático

Autor: Juan Alcides Rojas Ricardo.

Tutor: Ing. M. Adalberto Mora González.

Consultante: Ing. Johann Rodríguez Hernández.

Ciudad de La Habana, Julio del 2008.

DECLARACIÓN DE AUTORÍA.

Declaro ser autor de la presente tesis y reconozco a la Universidad de las Ciencias Informáticas los derechos patrimoniales de la misma, con carácter exclusivo.

Para que así conste firmo la presente a los ____ días del mes de _____ del año _____.

Firma del Autor

Firma del Tutor

DATOS DE CONTACTO.

Ing. MCs. Adalberto Mora González.

Síntesis: Ingeniero electrónico, especialista en equipos y componentes. Máster en gestión de las telecomunicaciones y tecnologías de la información (EOI, España). Profesor auxiliar ISPJAE y de la UCI, investigador agregado (ICID). Con 23 años de experiencia en la investigación y la docencia. Docencia de pregrado y postgrado en Informática. Resultados de investigación en Procesamiento digital de señales, redes de datos de alta velocidad, informática educativa. Participación en más de 50 eventos nacionales e internacionales, publicación de artículos y revistas especializadas nacionales e internacionales.

Actualmente es líder de un proyecto de Correo Híbrido Masivo en la República Bolivariana de Venezuela.

Correo electrónico: mora@ecc.cu

AGRADECIMIENTOS.

A la Revolución cubana.

A mi mamá Olga por ser la responsable de que yo exista hoy.

A mi papá que no está pero está.

A mi padrastro Rafael por la gran ayuda en el momento preciso.

A mi tutor Adalberto.

A mi Decano por la confianza.

A la profesora Juana Elena por el apoyo indispensable cuando más lo necesité.

A todos los profesores recién graduados que colaboraron conmigo especialmente a Betsy e Isel.

A los profesores no recién graduados que me tendieron su mano especialmente a Briseis y Noelio.

A Miledys por su compañía.

A mis tías de Ciudad Habana por estar dispuestas a servirme siempre.

A mis amigos todos con los que he compartido alegrías y tristezas los cinco años de universidad.

DEDICATORIA.

A mi mamá y mi familia ...

RESUMEN.

Las administraciones postales incorporan las TIC a su actividad mediante nuevos servicios orientados al cliente, esto modifica el flujo de operaciones de la actividad postal tradicional y presupone que se analicen las formas de integrar procesos a partir de las nuevas tecnologías y las modificaciones en la infraestructura postal. Dentro de estos procesos se encuentra el Correo Híbrido. La forma en que se integra el mismo a la actividad postal tradicional no se conoce, por esta razón en el trabajo “Aproximación a un modelo de negocio de Correo Híbrido” se caracteriza el flujo de los procesos postales tradicionales, se analiza el proceso de Correo Híbrido y se hace un estudio de las vías y métodos por los cuáles ha sido exitoso el proceso incorporado a los procesos postales en algunas administraciones, obteniendo como resultado una propuesta de modelo para integrar el proceso de Correo Híbrido a los procesos postales tradicionales en Cuba.

PALABRAS CLAVE.

Correo Híbrido (CH), Proceso postal, Servicio postal, Administración postal

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO 1: FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	1
1.1 Introducción.....	1
1.2 Relación entre Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TICs) y el Correo.....	2
1.3 Procesos postales tradicionales.....	5
1.3.1 Correspondencia ordinaria.....	8
1.3.1.1 Correspondencia devuelta por carteros.....	12
1.3.1.2 Retorno de la correspondencia ordinaria devuelta por carteros.....	13
1.3.2 Correspondencia certificada.....	16
1.3.2.1 Retorno de la correspondencia certificada devuelta por carteros.....	20
1.4 ¿Qué es Correo Híbrido?.....	21
1.5 El servicio de Correo Híbrido y el proceso postal.....	24
1.6 Conclusiones.....	25
CAPÍTULO 2: LOS SISTEMAS DE CORREO HÍBRIDO.....	26
2.1 Introducción.....	26
2.2 Caracterización del proceso de Correo Híbrido.....	26
2.3 Diferencias principales entre los dos flujos.....	35
2.4 Integración armónica del Correo Híbrido en una administración postal.....	37
2.3.1 Ventajas de la integración de un servicio de CH a la actividad postal tradicional.....	38
2.3.2 Desventajas de la integración de un servicio de CH a la actividad postal tradicional.....	40
2.4 Exitosos Sistemas de Correo Híbrido.....	41
2.5 Variables del proceso de Correo Híbrido.....	47
2.6 Conclusiones.....	54
CAPÍTULO 3: ACERCAMIENTO AL MODELO DE SERVICIO DE CH.....	56
3.1 Introducción.....	56
3.2 Propuesta de modelo de evaluación del sistema de Correo Híbrido.....	56
3.3 El entorno postal cubano.....	59
3.4 Modelación del proceso de Correo Híbrido según el ambiente cubano.....	62
3.5 Conclusiones.....	67

CONCLUSIONES GENERALES	68
RECOMENDACIONES.....	70
BILIOGRAFÍA REFERENCIADA	71
BIBLIOGRAFÍA CONSULTADA	73
GLOSARIO DE TÉRMINOS Y DEFINICIONES.....	77

INTRODUCCIÓN

El "correo", define el "servicio público que tiene por objeto el transporte de la correspondencia oficial y privada y que establecido en todos los países, hace llegar a su destino por la vía terrestre, marítima o aérea dicha correspondencia en forma de impresos, paquetes postales, valores, etc." China se estima que fue el país que contó con el primer servicio postal organizado, alrededor de los años 222 al 122 a.n.e., además de realizar aportes tan importantes para el correo como la invención de la tinta y el papel. [1]

El entorno de los servicios postales, fruto de sus condiciones de funcionamiento monopolísticas, ha experimentado la liberalización del sector, la globalización de los mercados y la competencia de otros medios de comunicación consolidados o emergentes. Los correos han sobrevivido a la aparición del telégrafo, del teléfono, del fax y hasta del correo electrónico.

El volumen de envíos de correspondencia ha estado creciendo constantemente, y se espera que crezca aún más, incluso con el surgimiento del correo electrónico. El sector de las encomiendas postales, más que siendo amenazado por la nueva tecnología informática, tanto en lo que respecta al tráfico local como al internacional, ha estado creciendo significativamente con la llegada del comercio electrónico, debido a la posibilidad de acceso al mercado mundial y formulación de pedidos electrónicamente, pero donde la distribución y entrega sigue siendo física.[2]

La amenaza planteada por el desarrollo de nueva tecnología se está convirtiendo en una oportunidad para los operadores postales. Así como la infraestructura física forma una plataforma gigante para el funcionamiento de diferentes tipos de servicios postales, la nueva infraestructura digital actual constituye las bases para el cabal funcionamiento de diferentes y completamente nuevos servicios. El servicio que ocupa el contenido del presente trabajo utiliza estas dos infraestructuras.

A continuación se enumeran algunos de los nuevos servicios antes referidos:

- Servicios financieros: servicios de transferencia electrónica de fondos, servicio de pago de facturas y servicios de giros postales.
- Servicios de certificación: usando la credibilidad del servicio postal para autenticar mensajes y transacciones vulnerables donde así se lo requiera para fines legales.
- Servicios de mensajería: incluyendo la posibilidad de desarrollar interfaces (puntos de contacto) digitales de clientes, ofreciendo servicios de valor agregado (impresión personalizada, tarea de ensobrar, confirmación de entrega) además de distribución/entrega física de envíos postales.
- Servicios logísticos, para grandes clientes que necesitan un mejor servicio de distribución de productos y que usan los servicios postales físicos.

La liberalización del mercado postal y la libre prestación de los servicios internacionales han propiciado la entrada de las empresas privadas en el sector de correos, lo que ha dado lugar al surgimiento en esta rama de la competencia. Los operadores postales ante las nuevas oportunidades para incorporar a su actividad nuevos servicios orientados al cliente, han evaluado sus respectivas estrategias de desarrollo, pero la incorporación de estos servicios nuevos modifica la actividad dentro de la organización y la infraestructura de la misma.

Uno de estos servicios nuevos que hoy es brindado para simplificar el traslado de grandes volúmenes de envíos es el Correo Híbrido (CH). Para brindar el servicio de Correo Híbrido se requiere incorporar tecnología, alcanzar parámetros de calidad más exigentes, realizar adecuaciones en la infraestructura postal y llevar a cabo un adiestramiento de la red de empleados. Por tanto, la forma en que es asimilado el CH tiene implicaciones operacionales, financieras y estratégicas para el correo, por lo que es necesario hacer un estudio, planificación y toma de decisión adecuado para proponer un modelo de Correo Híbrido. Por tanto, integrar el proceso del CH a los procesos postales tradicionales requiere de un análisis del entorno postal que permita llevar a cabo esta integración con el mejor impacto posible.

El planteamiento anterior conduce a la siguiente **situación problemática**: No se conoce un flujo de pasos que facilite la evaluación del entorno postal para integrar el servicio de Correo Híbrido a los procesos postales tradicionales con el mejor impacto posible.

El **objeto de estudio** de este trabajo es evaluar los procesos de Correo tradicionales y de Correo Híbrido para proponer un modelo del negocio de Correo Híbrido.

El **campo de acción** es la modelación de un servicio a través de la modelación de procesos.

Para dar solución a la situación problemática y al problema científico se traza como **objetivo general**:

- Encontrar regularidades, y definir variables y sus dimensiones, en el proceso de Correo Híbrido insertado en los procesos postales tradicionales para proponer un modelo de Correo Híbrido para Cuba.

Se plantean las siguientes **preguntas científicas**:

- ¿Existen regularidades en el proceso de evaluación e implantación de los servicios de CH?
- ¿Es posible elaborar un modelo de integración del CH al proceso postal tradicional con el mejor impacto posible?
- ¿Es posible aplicar un modelo de Correo Híbrido al entorno cubano?

Los **resultados** esperados:

- Un modelo de evaluación del entorno para los servicios de correo híbrido dentro de un proceso postal.
- Un modelo de CH adecuado al entorno cubano.

Las **tareas** propuestas para dar solución a los objetivos planteados son las siguientes:

- Estudiar aspectos teóricos conceptuales sobre el servicio de correo híbrido.
- Caracterizar el proceso de Correo Híbrido.
- Identificar y evaluar servicios de correo híbrido exitosos en el mundo, en particular sus procesos y vínculos con la actividad postal.
- Analizar cómo se han insertado los procesos de correo híbrido en los flujos de los procesos de administraciones postales desarrolladas.
- Caracterizar el entorno cubano enfocado hacia la implantación de un servicio de Correo Híbrido.

Las tareas desarrolladas para realizar las anteriores tareas propuestas:

- Análisis de referencias bibliográficas.
- Visita a oficinas postales y centros de procesamiento postal.
- Realización de entrevistas a expertos en línea.
- Realización de entrevistas a expertos en persona.
- Levantamiento en el terreno de operaciones postales.

El presente trabajo, está desarrollado en tres capítulos, a través de ellos se expone la caracterización del proceso de Correo Híbrido, se plantea el problema para insertar este proceso en la actividad postal tradicional y se propone un modelo de solución para ello.

En el capítulo 1 se exponen conceptos y definiciones claves para el entendimiento del problema. Son abordados algunos aspectos de la influencia de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones en el Correo desarrollando luego una caracterización de los procesos postales tradicionales según el tratamiento de la correspondencia. También se hace referencia al servicio de Correo Híbrido concluyendo en los problemas que son consecuencia de la integración no armónica del proceso de Correo Híbrido a la actividad postal.

En el capítulo 2 se caracteriza el Correo Híbrido como proceso, exponiendo las principales transformaciones a que es sometida una administración postal con la integración del proceso a la actividad postal, para luego hacer referencia a algunas administraciones que desarrollan con éxito el servicio y abordar acerca de las variables principales que deben ser analizadas en este proceso de integración.

En el capítulo 3 se hace una modelación del proceso de correo Híbrido a partir de la solución propuesta y un análisis para el caso de Cuba en la posible o no integración de un modelo de Correo Híbrido.

CAPÍTULO 1: FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.

1.1 Introducción.

En el presente capítulo se exponen definiciones y conceptos con el objetivo de brindar información para analizar el sistema de Correo Híbrido, exponiendo a su vez la caracterización detallada de los procesos postales tradicionales para analizar las operaciones, procedimientos y actividades que facilitan la integración del Correo Híbrido como proceso a la actividad postal.

- Servicios postales: los servicios consistentes en la recogida, la clasificación, el transporte y la distribución de los envíos postales;
- Envío postal: el envío con destinatario, constituido en la forma definitiva en la que deba ser transportado por el proveedor del servicio universal. Incluirá, aparte de los envíos de correspondencia, por ejemplo, libros, catálogos, diarios y publicaciones periódicas, así como los paquetes postales que contengan mercancías con o sin valor comercial;
- Envío de correspondencia: la comunicación materializada en forma escrita sobre un soporte físico de cualquier naturaleza, que se transportará y entregará en la dirección indicada por el remitente, sobre el propio envío o sobre su envoltorio. Los libros, catálogos, diarios y publicaciones periódicas no tendrán la consideración de envíos de correspondencia;
- Publicidad directa: la comunicación que consiste únicamente en anuncios, material comercial o publicitario, que contiene un mensaje idéntico excepto en el nombre, la dirección y número de identificación del destinatario, así como otras modificaciones que no alteran la naturaleza del mensaje, que se remite a un número significativo de destinatarios y que debe enviarse a la dirección indicada por el remitente en el objeto mismo o en su envoltorio.
- Cliente: persona o entidad que paga por un servicio.

- Proveedor del servicio universal: la entidad pública o privada que presta el servicio postal universal o partes del mismo dentro de un Estado miembro, y cuya identidad ha sido notificada a la Comisión;

1.2 Relación entre Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TICs) y el Correo.

Los avances de las TIC han abierto el mercado a nuevos productos, algunos de ellos, como la mensajería y el comercio electrónicos, en abierta competencia con los tradicionalmente proporcionados por los correos. Por otra parte, los clientes de los correos, tanto a nivel individual como corporativo (grandes clientes generadores o consolidadores de correo o que dependen de él en gran medida, como la venta por correo) han incrementado sus exigencias de servicio, demandando la aceleración y confirmación de las entregas, el seguimiento y localización en tiempo real de sus envíos y la existencia de medios de comunicación y pago basados en el intercambio electrónico de datos.

Particularmente la tecnología informática también ha aumentado la competencia en el sector postal, por medio de modos alternativos de comunicación, y la necesidad de desarrollar las capacidades organizativas asociadas, incluyendo la gestión de recursos de forma más eficiente. [2]

En la actualidad el desarrollo de las TICs ha alcanzado un valor fundamental en la mejora de la calidad de los servicios en el sector postal, los procesos postales se han ido automatizando para ofrecer servicios cada vez más satisfactorios y otros que surgen a raíz de nuevas soluciones para cumplir con las exigencias del cliente que cada vez son mayores.

La Unión Postal Universal (UPU) es un organismo especializado de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) que tiene la misión de facilitar las comunicaciones entre las personas mediante la prestación de un servicio postal universal, de calidad y accesible. [3]

La UPU y sus miembros quieren desarrollar un entorno de mayor confianza y seguridad en la utilización de las TIC. Sometidos a las legislaciones nacionales, los correos son reconocidos como terceros de confianza para el procesamiento y la transmisión de las informaciones y para el encaminamiento de las mercancías. Desarrollando su gama de servicios de correo electrónico entre otros, extienden esta función de “terceros de confianza” al sector de los intercambios digitales. Los operadores públicos postales evolucionan aquí también en un marco jurídico que les permite desempeñar un papel como autoridades de certificación.

Como un organismo de normalización que ha elaborado más de 100 normas internacionales, muchas de las cuales conciernen a la mensajería electrónica (seguimiento y localización de los mensajes, de los datos y de las mercancías) y el sello postal electrónico, la UPU aboga por una comunicación postal en línea homogénea y a escala planetaria y una mejor calidad de servicio al público, siempre con mayor seguridad, como un elemento de vital importancia en la prestación de servicios soportados en las redes digitales.

Con la llegada de Internet, han surgido y aumentado cada vez más los numerosos documentos y mensajes que circulan en el ciberespacio de índole confidencial o legal. Tanto los expedidores como los destinatarios necesitan una distribución segura de sus documentos. Numerosas sociedades se especializan en la certificación digital pero no gozan del nivel de confianza de que se benefician los servicios postales. Como quiera que estos últimos prestan ya, para el correo físico, servicios de certificación, estos pueden muy bien ser extendidos a los envíos digitales.

La incursión de Internet en el sector postal, ha supuesto un salto cualitativo en la prestación de sus servicios tradicionales y un potente canal para la creación de otros nuevos. Las nuevas formas de marketing, publicidad y el surgimiento del correo electrónico fueron consideradas en sus inicios una amenaza para el correo tradicional, sin embargo esto ha generado oportunidades para brindar servicios nuevos mediante la creación y desarrollo de oficinas virtuales y servicios informatizados al cliente, lo que ha facilitado resultados favorables para el correo y para los clientes fundamentalmente.

En la actualidad, con el desarrollo de numerosos proyectos de automatización e informatización se han desarrollado servicios en los sitios oficiales de correos, con lo que se ha logrado sintetizar procesos, reducir el tiempo de entrega de la correspondencia con un gran nivel de seguridad y a la vez dar tratamiento a mayores volúmenes de la misma. La promoción del uso de las TIC para mejorar el desarrollo de las redes postales es uno de los programas planteados por la UPU en el informe del proyecto de estrategia postal próximo a celebrarse en Nairobi en agosto del 2008, atendiendo a la evolución de las necesidades de los clientes. [4]

Los correos han sabido aprovechar las nuevas tecnologías para mejorar la gama de servicios propuestos a la clientela y conducir a ésta para que se desarrolle en una sociedad donde la información tiende a digitalizarse. Terminales de Internet, ciberadministración, servicios financieros en línea, mensajería segura, sellos postales electrónicos, certificados digitales, correo híbrido, monederos electrónicos, tarjetas inteligentes.

La lista de los productos y servicios electrónicos desarrollados por los operadores postales públicos en el transcurso de los últimos años es larga. Más del 40% de los 190 Países miembros de la UPU proponen servicios postales en línea, y el 80% de los que aún no disponen de los mismos prevén hacerlo. [4]

Tanto en los países en desarrollo como en los países industrializados, las tecnologías no deberían ser consideradas como una amenaza para el sector postal. Las transacciones virtuales se transforman con frecuencia en productos físicos que, finalmente, son entregados, en la mayoría de los casos por correo, ya que los servicios de correos cuentan con una ventaja comparativa en este ámbito. Los negocios de exportación que basan sus actividades en los servicios de correos podrían aumentar, y esto podría contribuir a la creación de nuevos servicios comerciales. No obstante, los servicios de correos deben saber darse cuenta y aprovechar las oportunidades que ofrecen estos nuevos tipos de actividades para poder así sacar provecho de ellas.

1.3 Procesos postales tradicionales.

La Unión Postal Universal (UPU) tiene como objetivos afianzar la organización y el mejoramiento de los servicios postales, participar en la asistencia técnica postal que soliciten los países miembros y fomentar la colaboración internacional en materia postal. La UPU fija tarifas, límites máximos y mínimos de peso y tamaño, así como las condiciones de aceptación de la correspondencia.

La resolución C 103/1999, aprobada en el 22º congreso de la UPU en China, define el Servicio Postal Universal (SPU), como la garantía de prestación de un servicio postal universal que permita a los clientes enviar y recibir mercaderías y mensajes desde y hacia cualquier parte del mundo. Para ello los países miembros de la UPU deben procurar el acceso a SPU, que corresponda a una oferta de servicios postales básicos de calidad y una prestación de estos en forma permanente en todos los puntos de su territorio y a precios asequibles. [5]

Por tanto, la responsabilidad de mover la correspondencia desde su recepción por la oficina postal de correos hasta la entrega al destinatario es un servicio que los gobiernos están obligados a prestar, y para esto se apoyan en el correo, quien desarrolla un sistema de pasos organizados en los que la correspondencia es recibida procesada y entregada (figura. 1).

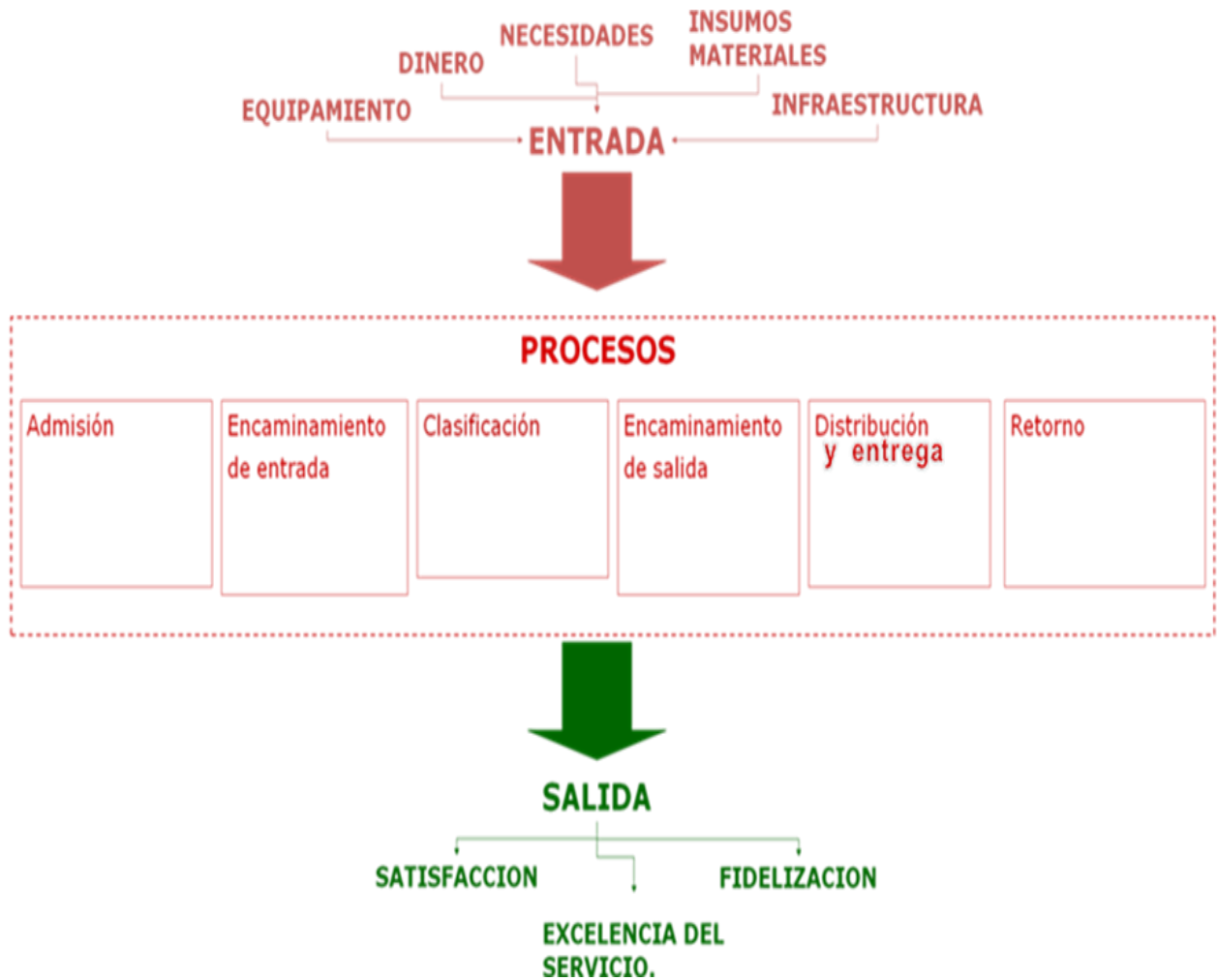


Figura 1: Procesos esenciales operacionales.

El estudio de los procesos postales tradicionales permite realizar un análisis comparativo con el proceso de Correo Híbrido, lo que facilita identificar y proponer vías y métodos comunes en ambos procesos y por los cuales pueden integrarse del modo más óptimo en la actividad postal para elaborar un modelo del servicio de Correo Híbrido.

Procesos esenciales (operacionales) en el entorno postal tradicional:

Los procesos operacionales fundamentales en un operador postal determinado (figura 1) son la síntesis de un sistema de actividades que se llevan a cabo para desarrollar la actividad postal tradicional a partir de la existencia de necesidades de envíos, la inversión presupuestaria, la gestión de equipamiento realizada, los insumos materiales y la infraestructura determinada. Estos procesos se definen de la forma siguiente:

Admisión: Constituye el primer proceso de la cadena productiva. Durante el mismo se efectúa la entrega por parte del cliente y la aceptación por parte del proveedor de servicio del encargo y/o orden y/o envío y/o remesa.

Encaminamiento de entrada: Constituye el segundo proceso de la cadena. Durante el mismo se somete a los encargos y/o órdenes y/o envíos y/o remesas, previamente admitidos, a un proceso de clasificación a partir de modos y formas generales estableciendo origen y destino de los mismos.

Clasificación: Constituye el 3er proceso de la cadena. Durante el mismo se somete a los encargos y/o órdenes y/o envíos y/o remesas, previamente enrutados, a un proceso de ordenamiento según los puntos de destinos o de distribución, nacional e internacional. Incluye las actividades de transbordo de los envíos (unidades físicas).

Encaminamiento de salida: Constituye el 4to proceso de la cadena. Durante el mismo se somete a los encargos y/o órdenes y/o envíos y/o remesas, previamente clasificados, a un proceso logístico, sistémico, en el que se comunica la Gerencia de Clasificación Central con los centros de clasificación y distribución provincial, centros de tránsito (si los hubiere) y oficinas postales y viceversa. Se relaciona directamente con los medios de transporte que soportan la infraestructura logística.

Distribución y entrega: Constituye el 5to proceso de la cadena. Durante el mismo se somete a los encargos y/o órdenes y/o envíos y/o remesas admitidos y correctamente encaminadas, a un proceso de repartición a domicilio, que consiste en la entrega de los mismos a los destinatarios finales. Esta entrega puede ser en el domicilio o casilla postal.

Retorno: Constituye el 6to proceso de la cadena productiva. Durante el mismo se somete a los encargos y/o órdenes y/o envíos y/o remesas admitidos y correctamente encaminadas y distribuidas a un proceso “de vuelta al remitente”, mediante el cual son devueltas a su origen debido a causas no imputables a la empresa de correos (que son explicadas más adelante), ni a sus sistemas en caso que los hubiere.

Los Países miembros de la UPU han acordado considerar los siguientes factores como claves en lo que respecta a la calidad del servicio [5]:

- Acceso
- Rapidez
- Confiabilidad/Fiabilidad
- Seguridad
- Tratamiento de consultas
- Tratamiento de reclamaciones y quejas
- Satisfacción del cliente/usuario.

Para el procesamiento de los envíos el correo las clasifica según su tratamiento en ordinaria o certificada, lo que permite manejar prioridades y establecer un nivel de atención diferenciado atendiendo al tipo de servicio para cada caso. Si el envío es ordinario no queda registrado en las entidades por las que es encaminada durante su curso por el correo, si es certificado entonces se tramita mediante el registro en cada entidad que la procesa.

1.3.1 Correspondencia ordinaria.

En el siguiente esquema se muestra el flujo de operaciones desde que se genera un envío ordinario.

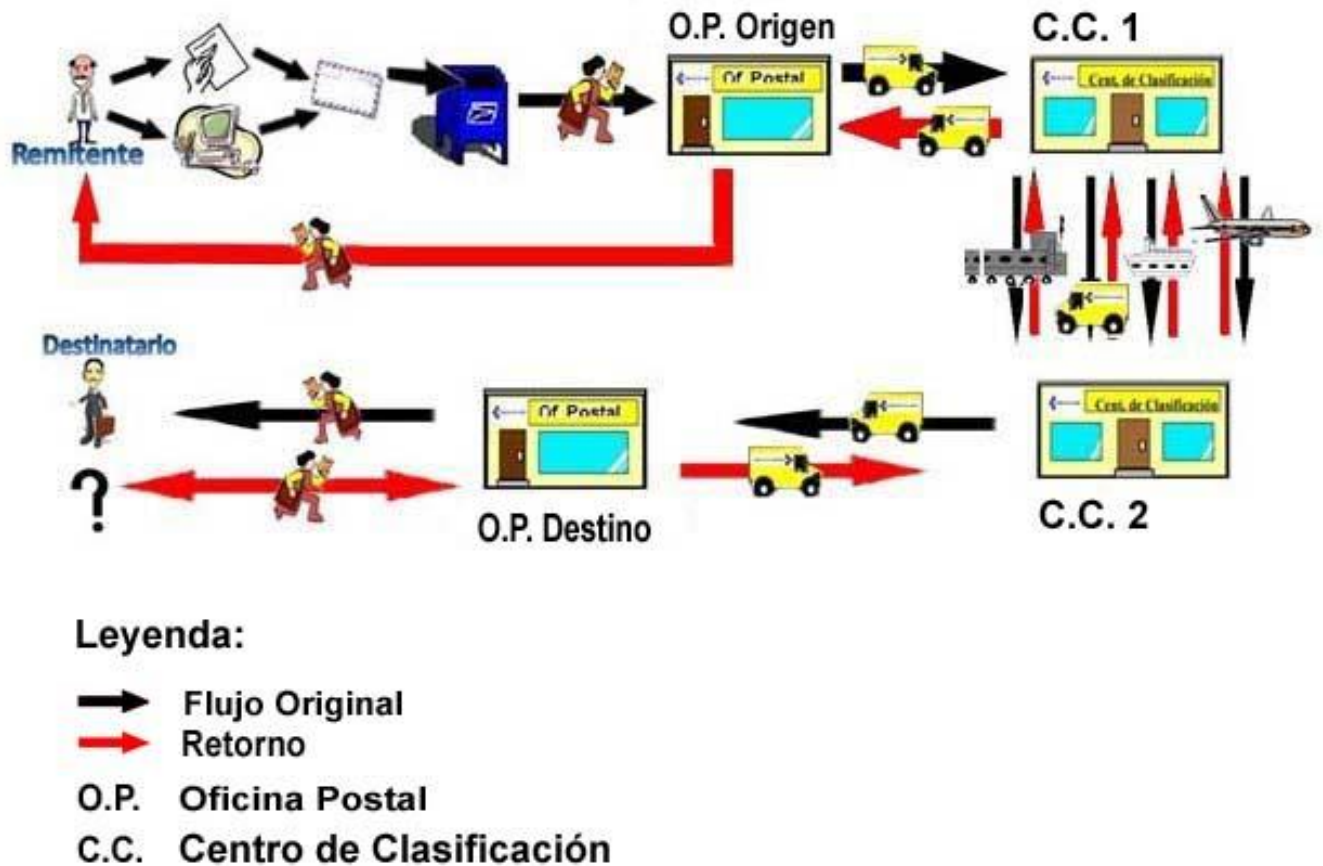


Fig. 2: Flujo de operaciones para la correspondencia ordinaria.

En su trayectoria final del flujo original desde que es impuesto por el cliente (flechas negras) puede ser entregado a su destinatario o puede ser devuelto al remitente por causas que son abordadas mas adelante mediante el proceso de “retorno” (flechas rojas).

Para la correspondencia ordinaria, el procedimiento para la tramitación por el correo es el siguiente:

Construcción del envío: la correspondencia es confeccionada por el cliente que remite, puede ser con la ayuda de una computadora para luego imprimirlo o puede ser de forma manual, luego se encarga de doblarlo, introducirlo en el sobre y cerrarlo. El cliente pone el nombre y la dirección del remitente y del destinatario y el sello de pago que corresponde al

servicio. La tarifa del sello de envío depende de la región geográfica, el peso y el tipo de servicio.

Imposición: para imponer el envío, el cliente deposita la en un buzón de la red postal.

Admisión: el correo admite la correspondencia mediante la red de recogida de buzones, que traslada la correspondencia a la oficina postal correspondiente área donde está situado el buzón.

Después que la correspondencia es recibida por el correo se tramita mediante los siguientes procesos:

Revisión: en la oficina postal se chequea que la correspondencia impuesta cumple con los requisitos establecidos por el correo: los datos precisos, el sello, el peso, que no contenga objetos en el caso de la carta y el tipo de sobre.

Franqueo: en este paso se estampa un matasello mediante el cual se controla el pago del cliente.

Si existe alguna irregularidad con los datos o el sello, el envío se registra en una lista que se confecciona diariamente con toda la correspondencia denominada “Lista de Correos” para ser devuelta al impositor.

A la correspondencia recibida ostentando dirección deficiente se le estampa un cuño con la mención “Devuelta al remitente por dirección deficiente”; a la correspondencia que posee irregularidad con el franqueo se le estampará un cuño con la mención “Devuelta al remitente por insuficiente franqueo” y se señala debajo del sello o donde debería estar con tinta o lápiz tinta el doble de la cantidad correspondiente al franqueo faltante. El procedimiento para devolver la correspondencia al impositor si la oficina postal es de origen, se realiza mediante una notificación al remitente de correspondencia retenida. La entrega por Lista de Correos se realiza con la reclamación del cliente en un plazo estimado de 30 días. En este plazo, si no es reclamada, se destruye.

Clasificación: el paso siguiente es organizar la correspondencia dependiendo del destino, nacional o internacional.

Creación de saca: la correspondencia se deposita en un recipiente contenedor denominado saca o valija.

Atado: se cierra la saca y se le pone un sello de plástico que identifica a cada valija.

Preparación del despacho: se procede a pesar las sacas, y se genera un modelo DC 5 donde se registra el número de despacho. Éste número debe ser consecutivo, y se encuentra en un modelo DC 11 que guarda el número de cada despacho hasta el cierre del año.

En el modelo DC 5 además se registra el origen y el destino del envío, el peso de la valija, y la firma del expedidor, el conductor y el que recibe en la unidad de destino, aquí firma el expedidor.

Canje: se despachan las valijas al transporte que intercambia la correspondencia encaminada entre la oficina postal y el centro de clasificación.

En el Centro de Clasificación tiene lugar los siguientes pasos:

Apertura: se procede a abrir la valija, deben estar presente dos o más personas, en este momento se revisa el sello, la integridad de la valija y el peso de la misma. Si existe irregularidad detectado en este chequeo, se remite un reporte a la oficina postal o centro de clasificación de donde procede.

Clasificación: el paso siguiente es organizar la correspondencia dependiendo del destino, nacional o internacional.

Creación de saca: la correspondencia se deposita en un recipiente contenedor denominado saca o valija.

Atado: se cierra la saca y se le pone un sello de plástico que identifica a cada valija.

Preparación del despacho: se procede a pesar las sacas, y se genera un modelo DC 5 donde se registra el número de despacho. Éste número debe ser consecutivo, y se encuentra en un modelo DC 11 que guarda el número de cada despacho hasta el cierre del año.

En el modelo DC 5 además se registra el origen y el destino del envío, el peso de la valija, y la firma del expedidor, el conductor y el que recibe en la unidad de destino, aquí firma el expedidor.

Canje: se despachan las valijas al transporte que intercambia la correspondencia encaminada entre la oficina postal y el centro de clasificación.

En la oficina postal de destino se realizan los siguientes procedimientos:

Apertura: se procede a abrir la valija, deben estar presente dos o más personas, en este momento se revisa el sello, la integridad de la valija y el peso de la misma. Si existe irregularidad detectado en este chequeo, se remite un reporte a la oficina postal o centro de clasificación de donde procede.

Cancelación: se estampa un cuño en el reverso del sobre con la oficina postal y la fecha en que entró.

Clasificación: el paso siguiente es agrupar la correspondencia por barrios o zonas de entrega a domicilio.

Porteo: se procede a la visita al destinatario.

Entrega: se cede la correspondencia al cliente destinatario.

1.3.1.1 Correspondencia devuelta por carteros.

Existen razones por las cuales la correspondencia es devuelta a la oficina postal de destino, algunas de estas causas son no imputables a la agencia de correos, entre ellas tenemos las siguientes:

- Dirección deficiente.

En este caso puede ser llevada a la dirección del destinatario si ésta es conocida. En caso contrario se incluye en la Lista de Correos por el tiempo reglamentario de 30 días, en este tiempo si no ha sido se destruye.

- No encontrarse el destinatario en horas de expedición.
- Destinatario desconocido en el barrio.
- Se marchó el destinatario sin dejar dirección.

En estos casos se anuncia en la Lista de Correos por el tiempo reglamentado: 30 días. En espera de la reclamación del destinatario. Pasado el plazo si no es reclamada la correspondencia se destruye.

- Fallecido.
- Rehusado.

Se retorna de inmediato al cliente remitente. Si carece de éste pasa a una lista que se crea diariamente con la correspondencia que ostenta alguna de estas deficiencias denominada "Lista de Correos", en esta lista se mantiene por el plazo de 30 días, y es publicada en alguna zona de acceso público en la oficina postal para que sea observada por los clientes, al cabo de estos 30 días no es reclamada se destruye.

Además de los casos antes referidos, pueden existir otros como pérdida o deterioro de la correspondencia en la ruta de porteo. Si el cartero no entregara la correspondencia deteriorada al correo o no reporta la pérdida de la misma, en todos los casos no existe un acuerdo tácito o evidencia legal para reclamación por el cliente, ya que como sea ha explicado anteriormente este tipo de correspondencia no deja rastro.

1.3.1.2 Retorno de la correspondencia ordinaria devuelta por carteros.

Para el retorno de la correspondencia ordinaria al remitente, luego de haber sido devuelta por el cartero a la oficina postal de destino, el flujo de operaciones es el siguiente.

Cancelación: se estampa un cuño con la mención de las causas por las que no se puede entregar la carta al destinatario.

Clasificación: se organiza la correspondencia dependiendo del destino, que en este caso es el origen, en nacional o internacional.

Creación de saca: la correspondencia se deposita en las valijas, puede unirse con la correspondencia impuesta por cliente.

Atado: se cierra la saca y se le pone un sello de plástico que identifica a cada valija.

Preparación del despacho: se procede a pesar las sacas, y se genera un modelo DC 5 donde se registra el número de despacho. Éste número debe ser consecutivo, y se encuentra en un modelo DC 11 que guarda el número de cada despacho hasta el cierre del año.

En el modelo DC 5 además se registra el origen y el destino del envío, el peso de la valija, y la firma del expedidor, el conductor y el que recibe en la unidad de destino, aquí firma el expedidor.

Canje: se despachan las valijas al transporte que intercambia la correspondencia encaminada entre la oficina postal y el centro de clasificación.

En el centro de clasificación el procedimiento es el siguiente:

Apertura: se procede a abrir la valija, deben estar presente dos o más personas, en este momento se revisa el sello, la integridad de la valija y el peso de la misma. Si existe irregularidad detectado en este chequeo, se remite un reporte a la oficina postal o centro de clasificación de donde procede.

Clasificación: el paso siguiente es organizar la correspondencia dependiendo del destino, nacional o internacional, se chequea si la correspondencia tiene alguna mención que indique que es devuelta al remitente y se organiza por el origen.

Creación de saca: la correspondencia se deposita en un recipiente contenedor denominado saca o valija.

Atado: se cierra la saca y se le pone un sello de plástico que identifica a cada valija.

Preparación del despacho: se procede a pesar las sacas, y se genera un modelo DC 5 donde se registra el número de despacho. Éste número debe ser consecutivo, y se encuentra en un modelo DC 11 que guarda el número de cada despacho hasta el cierre del año.

En el modelo DC 5 además se registra el origen y el destino del envío, el peso de la valija, y la firma del expedidor, el conductor y el que recibe en la unidad de destino, aquí firma el expedidor.

Canje: se despachan las valijas al transporte que intercambia la correspondencia encaminada entre la oficina postal y el centro de clasificación.

En la oficina postal donde se recibe el envío ordinario se realizan las siguientes operaciones.

Apertura: se procede a abrir la valija, deben estar presente dos o más personas, en este momento se revisa el sello, la integridad de la valija y el peso de la misma. Si existe irregularidad detectado en este chequeo, se remite un reporte a la oficina postal o centro de clasificación de donde procede.

Cancelación: se estampa un cuño en el reverso del sobre con la oficina postal y la fecha en que entró.

Clasificación: el paso siguiente es agrupar la correspondencia por barrios o zonas de entrega a domicilio.

Porteo: se procede a la visita al destinatario.

Entrega: se cede la correspondencia al cliente destinatario.

Si existe alguna de las causas antes inferidas para devolver la correspondencia por el cartero al correo, esta se deposita en la Lista de Correos por el período estimado de 30 días para su reclamación. Si no es reclamada pasa a ser almacenada para ser destruida.

1.3.2 Correspondencia certificada.

La certificación de envíos es un servicio adicional que se presta por el correo mediante un recibo que se expide al remitente por cada envío con el fin de brindar mayor seguridad a los envíos de correspondencia que contengan valores o documentos de importancia o bien aquellos que requieran de una constancia de su imposición en correos. Este servicio se brinda a todos los envíos de correspondencia, mediante el pago de la tarifa establecida, y permitirá controlar el estado del envío por parte del cliente quien puede reclamar con el recibo que se le asigna por el envío certificado.

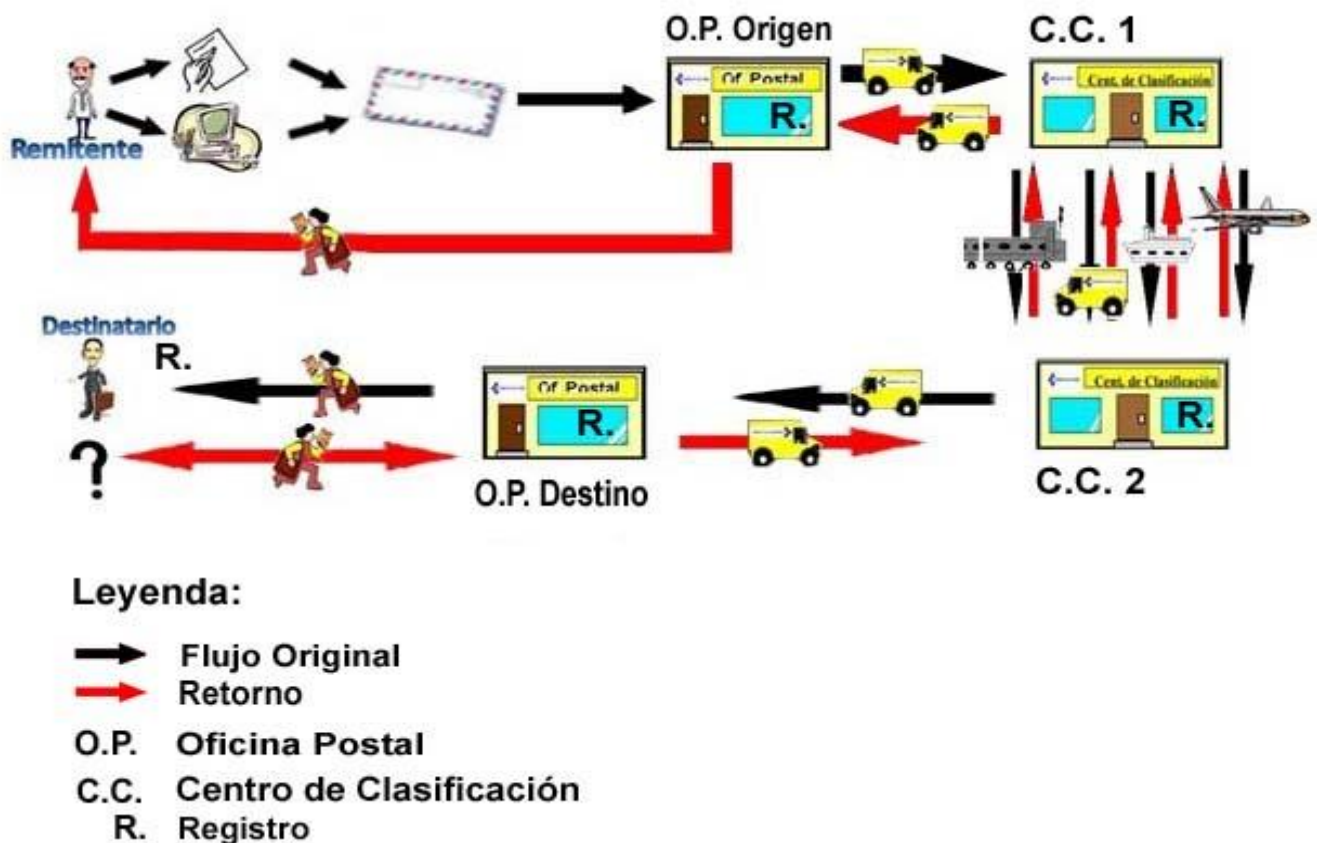


Figura 3: Flujo de operaciones para la correspondencia certificada.

En la figura 3 se representa el flujo operaciones para la tramitación por correo de la correspondencia certificada. La misma se tramita mediante un sistema de “rastreo y seguimiento” desde su recepción, hasta su entrega. El procedimiento a seguir para esto es el siguiente:

Imposición: la imposición de la correspondencia se realiza en el ventanillo de la agencia de correos. El cliente lleva el envío conformado dentro del sobre. Debe contener el nombre y la dirección del remitente y del destinatario.

Pesaje: se pesa para establecer la tarifa de pago por peso, el límite máximo para la correspondencia es 2 kilogramos.

Cobro: Cuando el cliente se dirige a imponer la correspondencia certificada con sello de valor correspondiente entonces el correo admite el envío y no se le cobra por el servicio. Si el cliente no lleva ningún sello en la correspondencia se le ponen el sello con el valor del servicio de envío certificado y se le cobra por cada sello la tarifa correspondiente, dependiendo del destino y el peso. Si el envío pesa más de 20 gramos se le hace cobro adicional.

Luego se expide un recibo asociado a una etiqueta que se pega al sobre por delante con un número de certificación y un código de barra correspondiente.

Clasificación: se procede a ordenar la correspondencia por destino, nacional o internacional.

Elaboración de reportes: cuando la oficina de Correos se responsabiliza de la correspondencia certificada, se realiza este procedimiento donde se procede a elaborar una serie de documentos para controlar la correspondencia.

Se genera una “Guía de clasificación” donde se pueden registrar hasta cien cartas, se registra el número de certificación correspondiente a cada una, la oficina postal, el centro de clasificación para donde va, un número identificador, el tipo de los envíos, y el total de envíos.

Luego se elabora una “Guía Colectora” para la creación de la saca, la saca o valija es donde se deposita la correspondencia para ser despachada, en esta guía se controla un número

identificador, el centro de clasificación para donde va dirigida la saca, el total de envíos que posee, y el código de la Guía de clasificación asociada.

Posteriormente se elabora el parte del despacho con un número de identificación que debe ser consecutivo hasta el cierre del año, la oficina postal de origen, el centro de clasificación de destino, el medio de transporte, el código de envío, el peso individual de cada envío y el peso total de la saca, la cantidad de envíos y el sello de la saca correspondiente. En el “Modelo o Parte de despacho” firma el despachador en la oficina postal, el transportista en el momento del cambio y el receptor en el centro de clasificación.

Canje: se despachan las valijas al transporte que intercambia la correspondencia encaminada entre la oficina postal y el centro de clasificación.

En el centro de clasificación el procedimiento es el siguiente:

Apertura: se procede a abrir la valija, deben estar presente dos o más personas, en este momento se revisa el sello, la integridad de la valija y el peso de la misma.

Chequeo: se chequea el “parte de despacho” con cada número de certificación de las cartas en la valija así como el número del parte que debe ser consecutivo. Si existe irregularidad detectado en este chequeo, se remite un reporte a la oficina postal o centro de clasificación de donde procede.

Clasificación: se procede a ordenar la correspondencia por provincia, por zona postal o por país.

Elaboración de reportes: se procede a elaborar una nueva “Guía de clasificación”, una nueva “Guía colectora” y un nuevo “Parte del despacho”.

Canje: se despachan las valijas al transporte que intercambia la correspondencia encaminada entre la oficina postal y el centro de clasificación.

En la oficina postal donde se recibe la carta se realizan las siguientes operaciones.

Apertura: se procede a abrir la valija, deben estar presente dos o más personas, en este momento se revisa el sello, la integridad de la valija y el peso de la misma.

Chequeo: se chequea el “parte de despacho” con cada número de certificación de las cartas en la valija así como el número del parte que debe ser consecutivo. Si existe irregularidad detectado en este chequeo, se remite un reporte a la oficina postal o centro de clasificación de donde procede.

Cancelación: se cancela la correspondencia con un cuño que se pone en el sello donde se especifica la oficina postal donde fue cancelado y la fecha.

Clasificación: se organiza por barrios de porteo con la correspondencia que tiene el destino hacia donde retorna el envío. Se entrega a los carteros con una copia del modelo DC7 donde se registra el número de certificado de cada envío, su fecha de imposición, la unidad de origen, el nombre y dirección del destinatario, la fecha de entrega y la firma. Posteriormente los carteros realizan los procedimientos de:

Porteo: se procede a la visita al cliente.

Entrega: el cartero sólo puede entregar la correspondencia al cliente destinatario, el cliente firma en el modelo DC7 y de esta forma queda la constancia de que fue entregada.

En caso de que la correspondencia no sea entregada por alguna de las razones antes inferidas y no sea notificado el remitente o no retorne a éste, puede realizar la reclamación en la oficina postal con el recibo correspondiente, con el cual se realiza el reconocimiento de su envío y la consulta de los despachos para determinar el lugar donde se extravió. Si se verifica que la carta está extraviada debe ser indemnizado por el correo de acuerdo con las reglas del servicio de certificación.

1.3.2.1 Retorno de la correspondencia certificada devuelta por carteros.

Para el retorno de la correspondencia certificada se desarrollan los pasos siguientes:

Cancelación: se estampa un cuño con la mención de las causas por las que no se pudo entregar la carta que justifica la devolución de la misma.

Clasificación: se clasifica dependiendo del destino, que en este caso es el origen en nacional o extranjera.

Elaboración de reportes: se procede a elaborar una nueva “Guía de clasificación”, una nueva “Guía colectora” y un nuevo “Parte del despacho”.

Canje: se despachan las valijas al transporte que intercambia la correspondencia encaminada entre la oficina postal y el centro de clasificación.

En el centro de clasificación el procedimiento es el siguiente:

Apertura: se procede a abrir la valija, deben estar presente dos o más personas, en este momento se revisa el sello, la integridad de la valija y el peso de la misma.

Chequeo: se chequea el “parte de despacho” con cada número de certificación de las cartas en la valija así como el número del parte que debe ser consecutivo. Si existe irregularidad detectado en este chequeo, se remite un reporte a la oficina postal o centro de clasificación de donde procede.

Clasificación: se procede a ordenar la correspondencia por provincia, por zona postal o por país.

Elaboración de reportes: se procede a elaborar una nueva “Guía de clasificación”, una nueva “Guía colectora” y un nuevo “Parte del despacho”.

Canje: se despachan las valijas al transporte que intercambia la correspondencia encaminada entre la oficina postal y el centro de clasificación.

En la oficina postal donde se recibe la carta se realizan las siguientes operaciones.

Apertura: se procede a abrir la valija, deben estar presente dos o más personas, en este momento se revisa el sello, la integridad de la valija y el peso de la misma.

Chequeo: se chequea el “parte de despacho” con cada número de certificación de las cartas en la valija así como el número del parte que debe ser consecutivo. Si existe irregularidad detectado en este chequeo, se remite un reporte a la oficina postal o centro de clasificación de donde procede.

Cancelación: se cancela la correspondencia con un cuño que se pone en el sello donde se especifica la oficina postal donde fue cancelado y la fecha.

Clasificación: se organiza por barrios de porteo con la correspondencia que tiene el destino hacia donde retorna el envío. Se entrega a los carteros con una copia del modelo DC7 donde se registra el número de certificado de cada envío, su fecha de imposición, la unidad de origen, el nombre y dirección del destinatario, la fecha de entrega y la firma. Posteriormente los carteros realizan los procedimientos de:

Porteo: se procede a la visita al cliente.

Entrega: el cartero sólo puede entregar la correspondencia al cliente destinatario, el cliente firma en el modelo DC7 y se de esta forma queda la constancia de que fe entregada.

1.4 ¿Qué es Correo Híbrido?

Para obtener la definición de Correo Híbrido más acertada de acuerdo con el contenido del presente trabajo se ha realizado una revisión de varios conceptos planteados.

Servicio que combina los procedimientos de la entrega física con las tecnologías de transmisión electrónica de mensajes; por ejemplo, generación de correspondencia por medios computarizados, su transmisión vía redes de intercambio de datos a operadores postales y la conversión/transformación de la información electrónica en objeto físico (información en soporte papel) por medio de la impresión remota. [2]

Correo Híbrido permite “gestionar las acciones de comunicación masiva de las empresas... centraliza su estrategia en la aplicación de las nuevas tecnologías y la oferta de una amplia gama de servicios adaptados a las necesidades de cada cliente, gestionando la información, diseñando los documentos, y realizando la impresión y el ensobrado de los mismos para su posterior clasificación y depósito en Correos”. [6]

En investigaciones realizadas [7] se exponen las siguientes definiciones:

Según PrintSoft el Correo Híbrido “es la conexión electrónica del correo desde el ordenador del generador del correo directamente al proveedor de servicios postales. Éste luego está capacitado para usar medios tele informáticos y obtener un producto de correo producido físicamente y ordenado y encaminado a un punto cercano al punto de entrega”.

En la Revista electrónica de derecho de las telecomunicaciones se define como la “Actividad Postal desarrollada por medio de sistemas de telecomunicaciones e informática o por estos medios y medios postales tradicionales”.

La Secretaría de Comunicaciones de Argentina y la Cámara de Correos Privados de ese país lo han definido como el “Servicio que combina la transmisión electrónica y entrega física de mensajes”.

En estos conceptos se menciona al proveedor del servicio para referirse al operador postal que brinda el servicio de Correo Híbrido, se menciona al cliente, en este caso es el emisor, quien impone la correspondencia, que paga por el servicio, y el destinatario que es quien

recibe la correspondencia y en la mayoría se hace énfasis en la combinación de los procesos postales tradicionales con la utilización de de la red de datos para la transmisión electrónica.

Se considera entonces a los efectos de este trabajo como Correo Híbrido a “un servicio mediante el cual se ofrece comodidad al cliente para enviar correspondencia física desde su computadora, que está soportado en la unión de la red de transporte de datos, dentro de la cual están Internet, las redes locales, las redes empresariales, etc.; y la red física, constituida por la amplia red humana vinculada laboralmente a la actividad postal con que cuentan los operadores postales”.

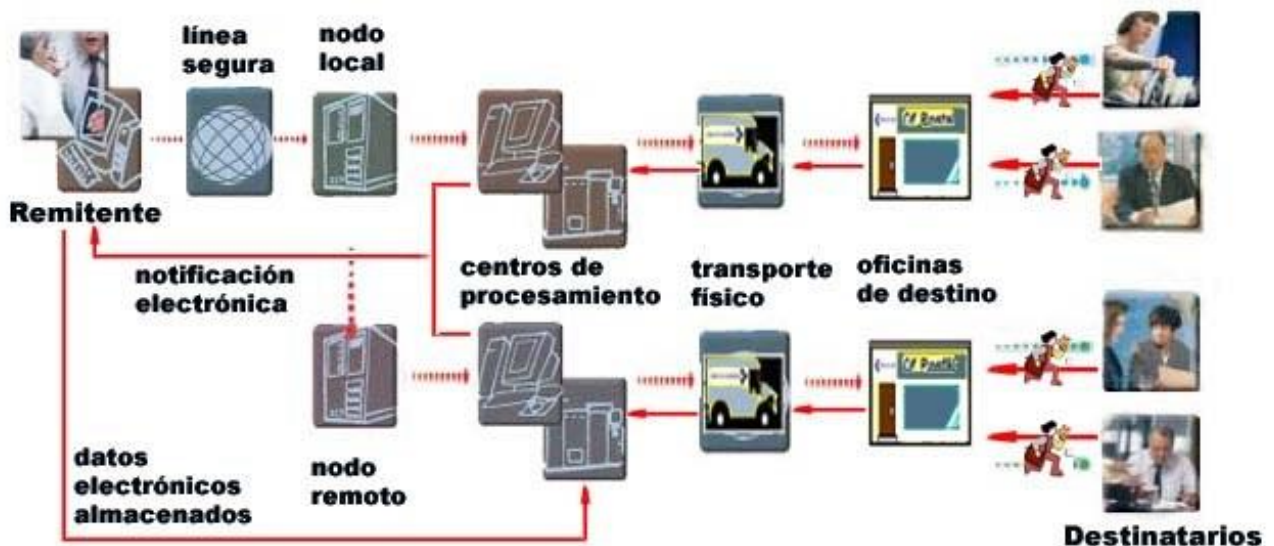


Figura 4: Flujo de operaciones para el Correo Híbrido.

El servicio de Correo Híbrido es brindado a personas naturales y jurídicas (clientes individuales y entidades impositoras de grandes volúmenes de envíos postales). A partir de este servicio el cliente transmite datos electrónicos desde su computadora directamente al operador postal que brinda el servicio y se encarga de la fabricación del envío físico utilizando medios teleinformáticos para luego depositarlo en la oficina postal donde se procede entregarlo a domicilio al destinatario mediante la red de distribución. Para los clientes

generadores de grandes volúmenes de envíos postales este servicio se denomina Correo Híbrido Masivo (CHM).

1.5 El servicio de Correo Híbrido y el proceso postal.

Como se ha expuesto anteriormente en el contenido de este trabajo, los procedimientos y actividades que se desarrollan en el flujo de operaciones del proceso postal varían con la integración de un servicio nuevo, entonces se requiere repensar, rediseñar la estructura operativa de la organización para brindar el mismo. Cuando existe la intención de asumir la responsabilidad de prestar un servicio se deben formular una serie de preguntas que responden a condiciones, características, necesidades, procedimientos que cubren el objetivo y el alcance de este servicio.

Por tanto, los principales problemas de la introducción no armónica del CH en el proceso postal. Todos ellos incurrir en disminución de la eficiencia del servicio.

1. Disminución del tiempo de desarrollo de las actividades tradicionales.
2. Disminución de los tiempos de entrega.
3. Insatisfacción del cliente dado por la mala estimación de tiempo, las falsas expectativas creadas del servicio.
4. Recursos humanos insuficientemente preparados para asumir la oferta de servicio.
5. Ineficiencia en el desarrollo de la información al cliente y la solicitud del servicio.
6. Pérdida de la privacidad de los datos del cliente.
7. Ineficiente organización y desarrollo de los procedimientos.
8. Pérdida de objetivos y metas a partir de la disminución de los volúmenes de producción.
9. Consecuencias financieras desfavorables a partir de las estimaciones financieras, inversiones no respaldadas por la calidad del servicio, etc.

1.6 Conclusiones.

Con las tendencias existentes en la búsqueda de soluciones para el envío de grandes volúmenes de correspondencia y el desarrollo mediante nuevos servicios incorporados a la actividad postal, los operadores postales ofrecen cada vez más confianza y comodidad a los clientes. Uno de los factores fundamentales influyentes en la puesta en práctica de estos servicios ha sido el desarrollo de las TIC, lo que ha permitido nuevas oportunidades en el sector para la automatización, la informatización de servicios, y la creación del Correo Híbrido como uno de los servicios nuevos.

Cuando no se realiza una integración del Correo Híbrido correctamente planificada se pueden producir cambios desfavorables en el procesamiento, la distribución, el tiempo de entrega y consecuentemente las estimaciones financieras. Además de ello el cumplimiento en tiempo estimado del resto de los servicios vigentes en el operador postal puede estar amenazado.

CAPÍTULO 2: LOS SISTEMAS DE CORREO HÍBRIDO.

2.1 Introducción.

Un sistema de Correo Híbrido comienza desde que la carta es impuesta por el cliente, a partir de donde se desarrollan un conjunto de procedimientos organizados en el que intervienen además del cliente, que paga por el servicio, proveedores de servicio y administraciones postales. Esta cadena de pasos es analizada en el éste capítulo con el objetivo de aportar una caracterización detallada del proceso que describa su desarrollo desde la imposición hasta la entrega al destinatario.

A partir de la caracterización del proceso de Correo Híbrido, se exponen luego las consecuencias de su integración al proceso postal. Es factible hacer un análisis de algunos sistemas de Correo Híbrido en el mundo que han obtenido resultados satisfactorios para determinar los principales factores que han influido en los óptimos resultados y de qué manera esto ha sido posible, para eso es necesario definir las variables internas y externas del proceso así como las dimensiones de éstas, que en el presente capítulo son abordadas y explicadas.

2.2 Caracterización del proceso de Correo Híbrido.

En un proceso de Correo Híbrido, el cliente posee datos electrónicos para que sea conformado un correo físico, en estos datos debe estar contenido el nombre y la dirección de la persona que remite o referencia de la entidad remitente, y el nombre y la dirección del destinatario. Adicionalmente el envío puede o no contener objetos que el cliente decide que se añadan dentro del sobre, estos objetos se conocen como “insertos”.

Por tanto, el sistema de Correo Híbrido se desarrolla a partir de la necesidad de imposición de envíos físicos, pero se depositan datos electrónicos.

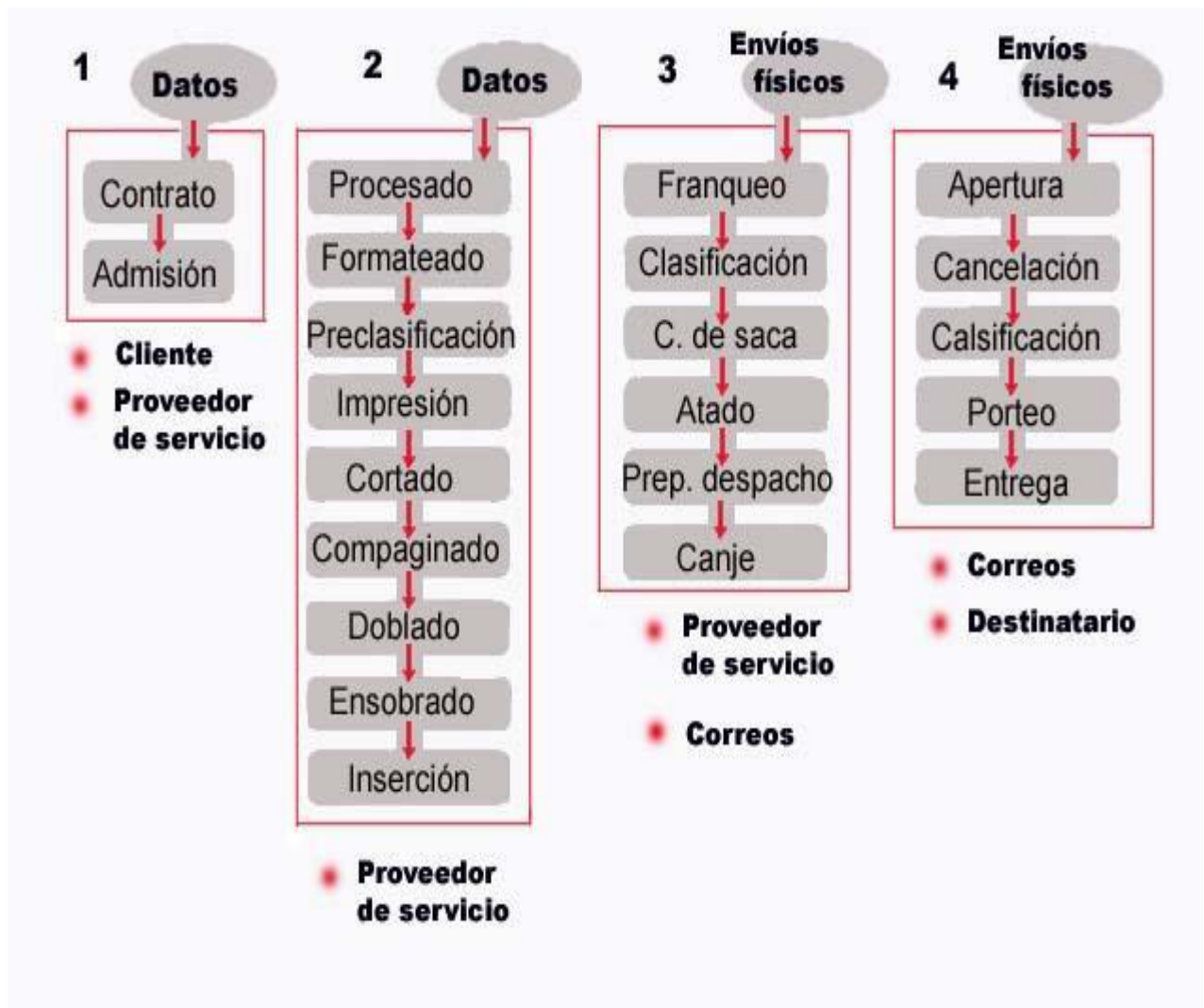


Fig.5: Pasos dentro del proceso de Correo Híbrido.

Un aspecto importante es que parte de un contrato con el cliente, este un contrato firmado o en línea mediante el cual se establece las reglas para el cumplimiento del servicio. Cada paso se describe a continuación.

Paso 0: Contratación del servicio de CH.

Este paso consiste en la aceptación del cliente de los términos y normas mediante la firma de un documento físico o aceptando en línea el acuerdo redactado.

En el contrato establecido el correo se responsabiliza legalmente de la seguridad de estos datos electrónicos, garantizando al cliente la integridad y propiedad de los mismos. Esta garantía influye en el nivel de competitividad del servicio y requiere parámetros de calidad más exigentes en el proceso.

En este paso participan el cliente y el proveedor de servicio.

Paso 1: Recepción.

Existen dos vías que utiliza el correo para admitir los datos del cliente: en línea o directo.

Si el modo de admisión es en línea, los datos son recibidos a través de la red de transporte de datos desde la computadora del cliente. A través de una página de servicios, o en el mismo sitio oficial del correo el cliente envía los datos al proveedor de servicio.

Si el modo de admisión es directo, entonces se hace la entrega en un dispositivo de almacenamiento de datos electrónicos que puede ser un CD, un disco duro externo, una memoria flash, etc. El cliente personalmente traslada estos datos almacenados al centro de procesamiento de la información, también especifica el diseño que desea para su documento, el tipo de papel en el que desea que se imprima, el sobre donde se insertará el archivo, se envían a elaborar las formas preimpresas y especifica si desea que se adicione algún inserto dentro del sobre.

Participan el cliente y el proveedor del servicio.

A continuación los pasos son desarrollados por el proveedor de servicio.

Paso 2: Procesado.

En este paso los datos son descifrados, transformándolos de la estructura de datos del cliente a la del sistema. Luego se hace una copia de seguridad y se encriptan para ser guardados.

Paso 3: Formateado.

Este paso es fundamental en la facilitación del resto del procesamiento de los datos debido a la existencia del diseño predeterminado.

Los datos son ensamblados en un formato (planilla) previamente diseñado para obtener los documentos a imprimir. El servicio debe garantizar el diseño de formularios, la composición de documentos, la optimización de ficheros de correspondencia, la gestión de recursos de impresión, la conversión de formatos y la impresión de marcas de ensobrado.

Paso 4: Preclasificación.

La “preclasificación” tiene como objetivo sintetizar el trabajo con el manejo de datos electrónicos. Se decide mediante la preclasificación electrónica desde las estructuras de datos y atendiendo al destino de la correspondencia donde es más conveniente imprimir estos documentos, teniendo en cuenta que el proceso en un centro de impresión cercano al destino reporta ahorros de tiempo y costos de transporte para la manipulación de estos documentos que finalmente son colocados en la cola de impresión.

Paso 5: Impresión.

Este paso es necesario para transformar el envío de electrónico a físico, para ello se envía el fichero de los documentos generados en el proceso anterior a las máquinas impresoras.

El servicio debe permitir la impresión en diferentes formatos de papel: pliegues en hojas sueltas, desde bobinas y en formas continuas. En diferentes colores y calidad de impresión. También debe permitir la generación de documentos dinámicos: facturas, reportes, documentos financieros, y generar e imprimir Códigos de barra y/o Códigos de marca por cada ocurrencia del producto.

Paso 6: Cortado.

Mediante este paso se garantiza darle a los envíos el tamaño acordado entre el cliente y el proveedor del servicio se dividen o cortan las bobinas de papel personalizado de, al tamaño de los envíos que ha solicitado el cliente.

Paso 7: Compaginado.

Este procedimiento se realiza para organizar las hojas del envío elaborado en caso de que sean más de una.

Se disponen en un orden correcto las páginas de cada envío en el caso de que sean más de una.

Paso 8: Doblado.

En este paso el proveedor de servicio se propone garantizar que las hojas impresas estén listas para ser guardadas en el sobre.

Las hojas compaginadas se doblan de forma tal que quepan en el sobre en que se van a depositar, dejando visible los datos del destinatario a través de la ventana del sobre.

Paso 9: Ensobrado.

El “ensobrado” se desarrolla con el fin de introducir cada uno de los envíos en el sobre correspondiente, para colocar dentro del sobre contenedor todos los productos dirigidos a un destinatario.

El ensobrado se puede hacer automático e inteligente con marcas OMR (Optical Mark Reader), OCR (Optical Character Recognizer) y códigos de barra, o puede hacerse manual, sólo en los casos donde sea imposible el ensobrado automático. Debe poder realizarse en diferentes formatos de sobres y permitir el retractilado para el caso de libros y revistas.

Paso 10: Inserción.

El objetivo de este procedimiento es añadir los objetos que serán enviados dentro del sobre con el mensaje y que fueron acordados entre el cliente y el proveedor del servicio.

Este paso tiene lugar cuando se le añade al producto antes de ser cerrado el sobre otros elementos (documentos, CD, publicidad, noticias, avisos, impresos) conocidos como insertos, que pueden o no haber sido elaborados por el proveedor de servicio a solicitud del cliente. Si el cliente desea aportar los insertos entonces gestiona el transporte de éstos hasta la planta para que sean depositados durante este proceso. Luego de este paso se cierra el sobre contenedor.

Paso 11: Franqueo.

Este procedimiento se realiza para cancelar el valor postal de la correspondencia, puede ser a través de matasellos, cuños, etc. o por una impresión de porte pagado, que indica que el cliente paga el porte de los bienes hasta el destino indicado.

Durante el análisis del flujo de operaciones del proceso de Correo Híbrido se realizó la siguiente observación. En la realización del franqueo, si es manual, se destina recursos humanos a esta tarea, si es automatizado, se requiere de inversión de equipamiento. Sin embargo mediante el control de la información electrónica se determinan criterios de clasificación como el origen, el peso, el total y el destino de la carta, que son utilizados para establecer las tarifas de cobro, si se tienen estos datos, así como los datos del remitente, no es necesario esperar a que el envío circule para realizar el cobro, cuando se puede conocer desde el principio el monto total exacto que debe pagar el cliente al cual se le presta el servicio.

Por tanto, del planteamiento anterior surge como conclusión la idea propuesta de que el franqueo en el servicio de Correo Híbrido puede obviarse.

Hasta aquí la correspondencia permanece en el centro de procesamiento, en lo adelante es tratada por el correo.

Paso 12: Clasificación.

Este es un procedimiento de clasificación que puede o no realizarse en el flujo de operaciones del sistema de Correo Híbrido ya que en éste procedimiento la correspondencia se organiza por criterio de destino. Sin embargo en este proceso existe una preclasificación en la que se decide dónde se imprimen los documentos a distribuir y eso posibilita que si se imprime lo suficientemente cerca de la zona de destino, la distribución se realiza sin mediación de alguna entidad postal y las cartas impresas en ese centro de procesamiento ya están clasificadas.

Si existe la necesidad de trasladar la correspondencia hasta una oficina postal para ser distribuida entonces sí se realiza la clasificación para la posterior creación de la saca.

En dependencia de la realización o no de éste paso tiene terminación toda la parte de un proceso de Correo Híbrido que está soportado en la red digital. A partir de la clasificación de envíos físicos comienza la actividad postal desarrollada por la red de empleados del correo para hacer llegar la correspondencia al destinatario en su domicilio.

Paso 13: Creación de saca.

La correspondencia se deposita manualmente en un recipiente contenedor denominado saca o valija, o sale en estas sacas con máquinas automatizadas para llenar este tipo de contenedores.

La elaboración de estas sacas se realiza para organizar la correspondencia que será encaminada hacia su destino final.

Paso 14: Atado.

El “atado” es un procedimiento mediante el cual se garantiza que la saca se traslade cerrada con un sello de seguridad.

Cuando se cierra la saca se le pone un sello de plástico que identifica a cada valija.

Paso 15: Preparación del despacho.

La “preparación del despacho” se realiza para establecer un control en la entrega de la correspondencia a la red de transporte.

Para la preparación del despacho se procede a pesar las sacas, y se genera un modelo DC 5 donde se registra el número de despacho. Éste número debe ser consecutivo, y se encuentra en un modelo DC 11 que guarda el número de cada despacho hasta el cierre del año.

En el modelo DC 5 además se registra el origen y el destino del envío, el peso de la valija, y la firma del expedidor, el conductor y el que recibe en la unidad de destino. En este momento firma el expedidor.

Paso 16: Canje.

El “canje” es el procedimiento mediante el cual se hace entrega de la correspondencia y se recibe la que es traída por el mismo transporte. En un proceso de Correo Híbrido la correspondencia física parte de un centro de procesamiento, y en el camino de retorno ésta es trasladada mediante la red de transporte hasta el centro de procesamiento, no llega al impositor. Por tanto, durante el canje es despachada la correspondencia encaminada hacia su destino y recogida la correspondencia que será almacenada para notificar mediante la red electrónica a sus remitentes.

En la oficina postal donde se recibe el envío ordinario se realizan las siguientes operaciones.

Paso 17: Apertura.

Este paso se realiza para proceder a abrir la saca que contiene la correspondencia.

Al abrir la valija, deben estar presentes dos o más personas, en este momento se revisan el sello, la integridad de la valija y el peso de la misma. Si existe alguna irregularidad se detecta en este chequeo y se remite un reporte a la oficina postal o centro de clasificación de donde procede.

Paso 18: Cancelación.

La “cancelación” es realizada para controlar la recepción de la correspondencia por la oficina postal.

Se estampa un cuño en el reverso del sobre con la oficina postal y la fecha en que entró.

Paso 19: Clasificación.

Éste procedimiento de “clasificación” puede o no existir en dependencia de la preclasificación realizada anteriormente en el paso 4.

Si se realiza es ordenada la correspondencia por barrios o zonas de entrega a domicilio.

Paso 20: Porteo.

El “porteo” es un paso mediante el cual el cartero visita la destinatario.

Paso 21: Entrega.

Mediante la “entrega” se cede la correspondencia al destinatario.

2.2.1 Proceso de retorno en un sistema de Correo Híbrido.

El proceso de retorno en el sistema de Correo Híbrido, como en el correo tradicional, se desarrolla a partir de que no se realiza la entrega de la correspondencia a su destinatario por las causas ajenas a la empresa de Correos inferidas anteriormente en el contenido de este trabajo (Epíg.1.3.1.1).

Para este proceso es necesario tener en cuenta un aspecto importante, existe un tramo en el flujo original donde la correspondencia se movió a través de la red de datos, sin embargo cuando se realiza el proceso de retorno, se mueve correspondencia física, y ésta se devuelve hasta el proveedor del servicio donde el cliente depositó los datos. En el proceso de retorno existe un comportamiento similar al retorno en la actividad postal tradicional, sin embargo esta correspondencia no llega al remitente, éste sólo es avisado por el proveedor del servicio por medio de una notificación electrónica. Los pasos a seguir en este proceso de retorno para un

sistema de Correo Híbrido una vez que la correspondencia es devuelta por carteros a la oficina postal de destino están descritos anteriormente en el flujo original y son los siguientes:

Paso 0: Clasificación.

Paso 1: Creación de saca.

Paso 2: Atado.

Paso 3: Preparación del despacho.

Paso 4: Canje.

Paso 5: Apertura.

Paso 6: Cancelación.

Hasta el paso 5 la oficina postal de destino ha despachado la correspondencia, si existe una entidad intermediaria entre esta oficina postal y el proveedor de servicio a donde va dirigida la correspondencia deben realizarse los pasos 5 y 6 y nuevamente se repite la cadena desde el paso 0 al paso 4. Al ser trasladada la correspondencia al destino, el proveedor de servicio del cliente impositor, se realiza el paso 5 y se procede a enviar una notificación electrónica de reporte al remitente donde se especifican los envíos no entregados, en caso de que hayan sido impuesto varios.

2.3 Diferencias principales entre los dos flujos.

Entre los flujos de operaciones del Correo Híbrido y los procesos postales tradicionales existen similitudes en cuanto a procedimientos en el desarrollo de operaciones, propósitos definidos, personal que interviene, etc., por lo que no se podría decir que son completamente diferentes, sin embargo el sistema de Correo Híbrido posee un conjunto de particulares que son significativas que permiten demostrar los siguiente: el sistema de Correo Híbrido no maneja correspondencia ordinaria pues existe un contrato previo con el cliente, un acuerdo tácito, y además la correspondencia se registra, es demostrable que el cliente la entrega al

CAPÍTULO 2: LOS SISTEMAS DE CORREO HÍBRIDO

correo y queda evidenciado que el correo es responsable del manejo de la misma. Sin embargo el Correo Híbrido tampoco maneja correspondencia certificada pues no se impone un valor adicional al envío y no se establece un tiempo de entrega para la correspondencia. El tiempo se acuerda entre el proveedor de servicio y el cliente.

La imposición de un envío en un proceso postal tradicional se realiza con la entrega del cliente en el ventanillo de correos o la recogida de buzón, la correspondencia es aceptada con las normas y medidas establecidas de tamaño y peso, material de composición del sobre, los datos requeridos y el sello correspondiente. Para el Correo Híbrido existen diferencias en el procedimiento para la imposición y en el tipo, lo que el cliente entrega a la responsabilidad del correo son datos electrónicos y ésta entrega se realiza en línea o personalmente en el centro de procesamiento con un dispositivo de almacenamiento de datos electrónicos.

El procesamiento de la correspondencia impuesta en la actividad postal tradicional requiere de servicios manuales o automatizados para desarrollar el registro y la clasificación de la misma. En un servicio de Correo Híbrido la información a procesar es manejada fundamentalmente por servicios informatizados para encriptar, desencriptar la información, hacer consultas a la bases de datos para establecer tarifas de pago, etc.

La preclasificación que se realiza antes de imprimir los envíos es una de las diferencias fundamentales en el flujo de operaciones del Correo Híbrido, este paso puede eliminar procedimientos de clasificación en la parte restante del proceso.

El enrutamiento o encaminamiento realizado para trasladar la carta por tramos hasta su destino final en el proceso tradicional se realiza con apoyo de la red de transporte logística, en el Correo Híbrido, gran parte de la trayectoria es cubierta por la red digital.

En el proceso de retorno de la actividad postal tradicional la correspondencia es remitida al cliente inicial que impuso el envío, en el Correo Híbrido esta correspondencia es trasladada hasta el centro de procesamiento de la información, desde donde es enviado un aviso electrónico al cliente.

2.4 Integración armónica del Correo Híbrido en una administración postal.

Al integrar el Correo Híbrido a la actividad postal las administraciones experimentan cambios inherentes al proceso de integración que incurren en resultados favorables y no favorables. Existe la imposición de nuevas metas que requieren nuevas normas para lo que el estratega del negocio necesita analizar en qué medida está preparado para integrar la infraestructura de las comunicaciones a la red postal.

El servicio Correo Híbrido en una administración postal trae consigo:

a. Variaciones en el flujo de actividades: con el diseño del servicio se producen cambios en la forma de desarrollarse algunos procedimientos como la admisión y el encaminamiento de la correspondencia, otros se eliminan completamente como la recogida de buzón, la clasificación de la correspondencia, que al realizarse de manera electrónica antes de la impresión, en dependencia del destino de la carta elimina la clasificación en los puntos de distribución.

b. Variaciones en la infraestructura postal y de recursos humanos: se requiere de condicionar puntos de atención al cliente, puntos de distribución y apoyo logístico con el equipamiento necesario, organización del poder ejecutivo para la toma de decisiones, capacitación y contratación de personal de trabajo para brindar el nuevo servicio.

c. Las regulaciones postales internas deben estar encaminadas a lograr los objetivos siguientes:

- Nuevos puntos de distribución mejor equipados para servir mejor a los usuarios.
- Ampliación de la entrega a domicilio en zonas donde anteriormente los servicios pudieran haber sido deficientes.
- Incremento de la satisfacción del usuario.
- Mejoras de la fiabilidad, rapidez y seguridad en el reparto de la correspondencia.
- Incremento de los ingresos la productividad y los resultados económicos.
- Mejoras en las condiciones de trabajo y la motivación del personal.

2.3.1 Ventajas de la integración de un servicio de CH a la actividad postal tradicional.

a. Disminución de tiempos de entrega.

La reducción del tiempo para mover grandes volúmenes de envíos es uno de los logros obtenidos con la vinculación del proceso de Correo Híbrido a la actividad postal. La preclasificación electrónica, operación dentro del proceso de Correo Híbrido que se desarrolla antes de la impresión, permite que se envíen los documentos clasificados a centros de tratamiento y logística postal más cercanos al destino, esto presupone una mayor velocidad de traslado y posibilita una distribución de tiempo más eficaz para el procesamiento de datos.

b. Disminución de costes de operación y logística.

La logística, es definida por la Real Academia Española (RAE) como el conjunto de medios y métodos necesarios para llevar a cabo la organización de una empresa, o de un servicio, especialmente de distribuciones. (8)

El proceso de Correo Híbrido requiere de la red de transporte para la distribución, pero cubrir parte del desplazamiento de la correspondencia con el envío electrónico de los datos al centro de procesamiento más cercano al destino, reduce el costo de contrato y combustible para el transporte de la correspondencia física.

c. Menor impacto ambiental de la actividad postal.

Al tema medioambiental se ha prestado atención en el sector de correos, la necesidad de lucha por la preservación ecológica y disminuir los efectos de contaminación fueron objetivos para los cuales se adoptaron medidas para reducir el transporte como apoyo del marco logístico en correos. Con la reducción del empleo de transporte para la correspondencia física las emisiones de gas a la atmósfera disminuyen. El empleo de camiones de mayor capacidad de almacenamiento, los llamados “camiones híbridos”, que usan dos motores, uno para

CAPÍTULO 2: LOS SISTEMAS DE CORREO HÍBRIDO

generar electricidad a partir de el uso de un motor de combustible, incluso el uso del transporte ferroviario para transportar la correspondencia son alternativas que se han tenido en cuenta y se han puesto en práctica como soluciones para apoyar la campaña medioambiental por los operadores postales.

d. Mayor variedad de servicios: publicidad directa, nuevos servicios, etc.

Al existir mayor variedad de servicios disponibles, existe mayor posibilidad de satisfacer las necesidades de los clientes, por eso además de tener estos servicios disponibles es necesario que se ofrezcan. La amplia gama de servicios ofrecidos en la actualidad en el sector de correos es un resultado que propicia el desarrollo de la publicidad directa y a través de ello el desarrollo de nuevos servicios. El Correo Híbrido permite el envío de insertos con el mensaje impuesto, estos insertos generalmente tienen un fin publicitario para ampliar la red de clientes de un servicio determinado en el sector empresarial, lo que contribuye a la captación de clientes que desarrollan el negocio publicitario y la venta por correo.

e. Facilidad de rastreo de envíos, mayor control y seguridad.

Otra de las características del Correo Híbrido es que permite el rastreo y seguimiento de envíos, éste es un procedimiento a través del cual es revisado el estado de la correspondencia mediante un parte en línea, a través de la página donde se realizó la solicitud del servicio, el cliente ingresa el número de envío correspondiente y puede acceder a la información de la correspondencia impuesta por él donde chequea su estado (retenido, deteriorado, etc.) y entidades por las que ha pasado con fecha y hora.

El registro de esta correspondencia para este paso se lleva a cabo en cada entidad a través de documentos de control. El rastreo y seguimiento ofrece la seguridad para que el cliente pueda depositar su confianza en el correo, quien garantiza el control de la entrega de la correspondencia impuesta al destinatario.

f. Estandarización de formatos y envíos facilita el procesamiento.

En el Correo Híbrido se utilizan formatos prediseñados que son brindados al cliente para establecer la estructura con la que será elaborado su envío. Los grandes clientes del CHM como empresas mayoristas que han adoptado en todas sus empresas abastecedoras y tiendas de ventas a crédito un estándar de diseño para sus envíos facilitan el procesamiento de los datos estableciendo un flujo de trabajo uniforme para éstos grandes volúmenes con lo que se elimina las interrupciones para la programación del diseño de impresión.

2.3.2 Desventajas de la integración de un servicio de CH a la actividad postal tradicional.

- a. Empleo de tecnologías implica inversiones significativas. Y mayor dependencia de los sistemas y redes tecnológicas.

El proceso del Correo Híbrido se fundamenta en el empleo de las TIC, uno de los más importantes aspectos a tener en cuenta para brindar el servicio es contar con un respaldo de la infraestructura de las telecomunicaciones en el que apoyarse para brindar un servicio eficiente, lo que requiere de inversiones en las soluciones tecnológicas óptimas en correspondencia con el entorno social y de desarrollo económico.

- b. Rediseño de procesos con más exigencia con la calidad.

Un proceso de Correo Híbrido es adoptado para satisfacer nuevas necesidades que surgen en los clientes del servicio, esto introduce al proceso postal en el que se enmarca, para estas nuevas necesidades, nuevas soluciones propuestas, que a la vez apuntan a desarrollar cambios, adecuaciones en los métodos para realizar los procedimientos vigentes con un nivel de calidad más elevado, logrando cumplir con las metas previamente trazadas y las nuevas metas impuestas.

- c. Adiestramiento y recalificación de personal.

La preparación del personal con un sistema de Correo Híbrido integrado a la actividad postal puede verse afectada desde las nuevas perspectivas del negocio que exige mayor calificación y adiestramiento mediante cursos de formación y capacitación para el manejo y mantenimiento de equipos.

Los empleados en la actividad postal desarrollan un grupo de actividades que en la integración de un servicio nuevo como el Correo Híbrido se ven transformadas, por lo que se requiere que el personal sea transformado o bien con la preparación del mismo o con la contratación de personal especializado para el desarrollo del servicio.

d. Analizar nuevas condiciones del mercado y clientes.

Las condiciones del mercado son cambiantes, por lo que se necesita saber si es posible en el entorno de desarrollo del servicio donde se hace el análisis contar con una cartera de clientes que pueda financiar este servicio para alcanzar una posición en el mercado.

2.4 Exitosos Sistemas de Correo Híbrido.

El uso extendido del correo electrónico y el impacto de nuevas tecnologías en el sector postal en los últimos años han llevado a los principales inversionistas del mercado postal a reconvertirse, desarrollando nuevas aristas del negocio. Hoy es común hablar de soluciones logísticas para el segmento corporativo, reducción de tiempos de entrega, control y seguimiento de los envíos e incorporación de valor agregado al modelo tradicional de despacho de correspondencia. El logro de estos avances mediante la sustitución electrónica y servicios novedosos como el Correo Híbrido es la clave para desarrollar mejores servicios postales en el futuro.

En Australia el servicio postal más importante se llama Australia Post. En un país tan grande como Australia, el servicio postal es una parte esencial de vida diaria, proporcionando un acoplamiento vital entre la gente, las comunidades y los negocios a través de Australia y

CAPÍTULO 2: LOS SISTEMAS DE CORREO HÍBRIDO

alrededor del mundo. El postal expreso es el servicio económico de entrega del siguiente día para las letras, los documentos y los paquetes. La entrega del día siguiente está garantizada a todas las direcciones de la calle y apartados de correo dentro de la red del servicio postal, siempre y cuando se lleve a cabo en día laboral. Trabajando en sociedad con las empresas postales de ultramar el servicio postal australiano ofrece una extensa gama de servicios de entrega internacionales. [9]

Australia Post, es líder establecido en tecnología de Correo Híbrido y soluciones de correo personalizadas a través de la subsidiaria PrintSoft, su unidad de negocios proveedora de tecnología de primer nivel para el Correo Híbrido. Esta administración postal desarrolla los servicios internacionales entre los que se puede elegir envíos por correo aéreo o marítimo. El servicio estándar de correo aéreo de Australia Post, el más rápido, se da entre más de 200 países y los tiempos de llegada oscilan entre los 3 y los 10 días. [10]

Australia prioriza el método de recepción de datos en línea para el proceso de Correo Híbrido. Los servidores están conectados directamente a la red de servicios en páginas de servicios informatizados al cliente y el correo se imprime lo más cerca posible de la zona postal de destino, lo que ha sido posible con la firma de contratos con compañías del extranjero que influyen determinadamente en la infraestructura para el desarrollo del proceso.

Con el lanzamiento del servicio DeskDirect Global, PrintSoft logra continuar desarrollando la impresión local y despliegue del correo y entrega electrónica en todo el mundo, los tiempos de llegada de la correspondencia antes referidos disminuyeron al contar con una estructura central de servidores de alta velocidad que recogen y reúnen el correo digital de los remitentes en cualquier parte del mundo y lo dirigen a centros certificados de logística postal lo más cercanos posible al punto de destino. Como resultado también se obtuvo mayor economía y facilidad para el correo.

En los centros de logística postal es recibida la información en línea, para ello se requiere el nivel de organización que permita hacer el proceso seguro. Debe existir un contrato si el centro no es afiliado o administrado por la oficina central de recepción para grandes clientes, o en caso de ser un cliente natural debe registrarse para establecer las normas del contrato, una

CAPÍTULO 2: LOS SISTEMAS DE CORREO HÍBRIDO

vez recibidos los datos es manipulada y personalizada la información mediante el desarrollo de todos los procesos hasta el acabado del envío físico que luego de ser despachado será manipulado por la red de empleados del Correo australiano. En el correo luego de ser recibida la correspondencia, se controla a través del reporte de despacho, la cantidad de envíos, se chequean los tipos de envíos, y se organiza por zonas de distribución hasta que luego es entregado al cliente destinatario por los carteros mediante el porteo y la entrega.

Desde el 2005 con el servicio DeskDirect, se experimentó un gran avance en la prestación del servicio de correo híbrido que reportó más del 50 por ciento de inversiones para la producción de documentos en la mayoría de las instalaciones, Australia Post y su correo "e-Letter Solutions" han experimentado desde entonces ganancias de millones de dólares en nuevos ingresos al tiempo que han proporcionado ahorros adicionales para los clientes de su producción y despliegue de correo físico. [11]

Australia Post ha venido participando en el programa nacional de lucha contra el efecto invernadero, adoptando medidas para las mejoras del rendimiento del parque móvil y la reducción de emisiones de carbono, recurriendo a los transportes ferroviarios y remolques dobles en líneas interurbanas de transporte por carretera que aumentan la capacidad de cada camión en un 50% y reduce el número de camiones útiles en los principales ejes de transporte. Además de la reducción de la emisión de gas con efecto invernadero se reduce la factura de carburantes lo que reporta ahorros para la administración postal.

Para el proceso de Correo Híbrido este tema medioambiental es un aspecto al que la infraestructura postal le concede gran importancia, como se ha expuesto en el contenido del presente trabajo el medio de desplazamiento del Correo Híbrido más empleado es la red de datos, porque es a través de ella que se mueve la mayor parte de los datos para conformar los envíos, lo que facilita la transportación del correo físico, que será mucho menor siempre que se genera o se fabrica en una zona lo más cercana posible a su destino, por lo que para este proceso la adopción de medidas para la reducción de emisiones de gas al medio ambiente depende de la distancia del centro de impresión y ensobrado al destino del envío.

CAPÍTULO 2: LOS SISTEMAS DE CORREO HÍBRIDO

Gracias a una vasta infraestructura, el acceso a las poblaciones aisladas y el objetivo de mantener el principio del servicio universal Australia Post desarrolla el proceso de Correo Híbrido con calidad óptima.

Correos, gestiona el Correo Híbrido en España como una de las cuatro filiales independientes que lo conforman. La admisión de los datos, aunque se realiza en línea, no es priorizada ya que el desarrollo de los centros de tratamiento y logística postal asociados a la labor publicitaria ofrecen cada vez más confianza en grandes clientes que entregan sus datos en dispositivos de almacenamiento de datos electrónicos.

El aumento del número de usuarios en España que utilizan la computadora como un medio de comunicación conlleva a su vez al aumento de clientes que utilizarán el servicio de correo híbrido personalizado como una comodidad para desarrollar la mensajería tradicional. “Asociado al plan de negocio de Correo Híbrido, Correos de España consolidó algunos de sus más novedosos servicios como el de digitalización o impresión automática de acuse de recibo integrando en el sobre un sistema mecanizado, rápido y seguro que impulsó la firma de nuevos contratos con organismos públicos; el lanzamiento de una web permitió el acceso de los usuarios a un completo catálogo de servicios e información del estado de sus envíos en todas las fases del proceso; como resultado de las acciones emprendidas Correo Híbrido ha registrado a partir del 2006 crecimientos significativos”.^[9]

El proceso de Correo Híbrido está fuertemente apoyado en los servicios digitales de la página oficial de Correos (<http://www.correos.es>), a la que el cliente accede y encuentra la información necesaria para imponer el envío desde su computadora. En el sitio además se dan instrucciones al usuario para confeccionar el envío cumpliendo con las normas regulativas existentes para que pueda ser admitido por el correo. Para el desarrollo del proceso se requiere de un registro que se brinda gratuito en la oficina virtual de Correos mediante el cual se establece un contrato con el cliente donde se especifican normas y regulaciones y se recomiendan los pasos que debe seguir para enviar sus datos.

Para los datos se especifica que la carta debe estar confeccionada en formato Word o PDF, y se da la opción de personalizar con imágenes propias el caso de las postales. Luego se orienta al cliente en la selección de los destinatarios, que puede especificarlos manualmente o

cargando un fichero, y puede escoger el tipo de envío, ordinario o certificado, y el tipo de papel para la impresión de su envío, blanco y negro o color. El pago para este caso se realiza online con tarjetas de crédito ePagado o PayPal.

Para Europa, la UE, un conjunto de veintisiete Estados que mantienen entre sí especiales relaciones económicas y políticas de cooperación e integración, desea proseguir la realización del mercado interior en el sector postal. Considerando que es fundamental garantizar a escala comunitaria un servicio postal universal, la UE establece normas comunes en materia de prestación de un servicio postal dentro de la Comunidad de la siguiente forma: (Desarrollo de los servicios postales comunitarios y mejora de calidad)

- Determina los criterios que delimitan los servicios que pueden formar parte del sector reservado a los proveedores del servicio universal.
- Determina las condiciones relativas a la prestación de servicios no reservados.
- Define los principios de tarificación y de transparencia contable para la prestación del servicio universal.
- Determina normas de calidad para la prestación del servicio universal e instaura un sistema que garantice el cumplimiento de esas normas.

En uno de los países miembros de la UE, España, el proceso postal tiene tarifas de destino comprendido en el ámbito nacional (España y Andorra) e Internacional. Las dimensiones máximas para la confección del envío son las siguientes para sobre o caja: Largo + Alto + Ancho = 90 cm, sin que la mayor dimensión exceda de 60 cm. Las dimensiones mínimas para sobre o caja 14 x 9 cm, sin que la mayor dimensión sea inferior a los 10 cm. Los envíos con dimensiones inferiores a las mínimas deben llevar una etiqueta anexa de 10 x 7 cm en la que figure la dirección y el franqueo. Para la tramitación de los envíos la Operativa logística es la siguiente:

CAPÍTULO 2: LOS SISTEMAS DE CORREO HÍBRIDO

- Embalaje y acondicionamiento: El embalaje debe garantizar la integridad del contenido. En envíos internacionales, se inscribe en el ángulo superior izquierdo de los envíos la expresión “Prioritario / Priority” en letras blancas sobre fondo azul, o pegar la etiqueta correspondiente.
- Cartas de contenido comercial: las cartas destinadas al extranjero que incluyan contenido comercial llevarán siempre adjunta la etiqueta CN22 a efectos aduaneros.

Los plazos de entrega estimados son los siguientes, local: 1 día hábil; provincial: dos días hábiles; nacional: 3 días hábiles; Europa: 2 a 4 días hábiles (promedio según origen/destino); la estimación para el resto de los destinos depende del país.

El desarrollo que ha alcanzado el Correo Híbrido en España permite gestionar el envío de texto, catálogo a color de productos, una lista de precios, publicidad, etc. de hasta 19 páginas con la carátula. La carátula es la página principal donde se relacionan los datos del remitente, el destinatario, y otros que el cliente desee especificar como logo de la empresa, texto de introducción etc. España prioriza la recepción de datos en línea a través de páginas de servicios informatizados como el sitio oficial de Correos. En todos los casos se especifican las condiciones de contrato del servicio, formato, tamaño en que debe entregarse para ser conformado y se permite pre visualizar el documento preparado para comprobar la satisfacción del cliente. Luego de este paso lo más importante es hacer una correcta entrega de los destinatarios correspondientes a esos envíos, para ello puede subirse un archivo de tipo texto con extensión “.txt” con los datos en un formato pre establecido donde además se pueden agregar campos para referir de cada envío la impresión a color o en blanco y negro y/o envío por correo certificado, en cada fichero se puede enviar hasta 300 destinatarios.

Al detectarse errores en algunos de los destinatarios no se añaden a la relación y se muestra un aviso a los destinatarios erróneos con un link que posibilita que puedan ser consultados por el remitente. La página posibilita modificar la lista de destinatarios de forma manual o con otro fichero. Una vez finalizado el proceso de alta de los destinatarios como último paso se realiza el pago introduciendo los datos de la tarjeta de crédito, el justificante que se emite es descargado desde un vínculo incorporado en la página del servicio, y que garantiza la constancia de la contratación haciendo la función del recibo que se expide en la carta

certificada, mediante el cual el cliente puede hacer la reclamación de su envío en caso de verificación de extravío del mismo bajo la responsabilidad del correo.

La infraestructura postal de Correos en España es un factor que ha permitido dedicar más atención al servicio de Correo Híbrido dentro de los servicios brindados por este operador postal. La gestión del Correo Híbrido a través de una filial independiente, con una infraestructura de recursos humanos independiente, y que pertenece completamente a Correos ha mantenido el servicio organizado en la distribución de sus áreas e instalaciones y con metas propias y más objetivas.

España cuenta con una red de clientes rentables para el negocio, clientes privados que imponen una cantidad exagerada de envíos

2.5 Variables del proceso de Correo Híbrido.

En el entorno postal interactúan numerosos actores, entre los que pueden citarse: la Unión Postal Universal, los organismos públicos reguladores del mercado, los correos públicos, los operadores privados (empresas de mensajería y reparto urbanos, multinacionales del transporte urgente, servicios de notificaciones, etc.), los clientes individuales, los grandes clientes asociados (venta por correo, banca, prensa, etc.), los proveedores de tecnología, los proveedores de servicios de transporte, el personal y los sindicatos de los operadores y todo género de competidores provenientes de diferentes sectores económicos (telecomunicaciones, paquetería y carga fraccionada, etc.).

Determinar el nivel de complejidad para un entorno postal del proceso de Correo Híbrido requiere de identificar los factores que influyen desde dentro y desde fuera, estos son indicadores que se miden adoptando valores en cada caso de estudio y que definen las variables internas y externas respectivamente.

Factores que influyen internamente en el proceso de Correo Híbrido.

- **Los recursos humanos del proceso de Correo Híbrido:** este es el grupo de personas que forman el principal activo, aportando trabajo físico y/o intelectual en el servicio de Correo Híbrido desarrollado en una administración postal. Comprende desde los carteros, gestores, operarios, transportistas, estafeteros, distribuidores, hasta estrategias del negocio, diseñadores de mismo, ejecutivos, etc. El proceso de Correo Híbrido presupone un manejo estratégico de los recursos humanos mediante el adiestramiento, recalificación y contratación del personal para constituir un grupo de trabajo que cubra todos los procedimientos del proceso desde la admisión hasta la entrega al destinatario.

El personal de estrategia y manejo de negocios es una de las partes fundamentales en este negocio, el diseño del servicio, la modelación del proceso, etc.

- **La infraestructura postal interna:** comprende la disposición de oficinas y locales informatizados, internamente equipados con tecnología para procesamiento de datos, organizados con la disponibilidad requerida, y conectados mediante redes de datos para facilitar que el proceso pueda ser efectivo y se incurra en un gasto de transporte menor al requerido por los procesos tradicionales.
- **Las dimensiones del negocio:** las perspectivas de desarrollo del negocio influyen en las inversiones para modificar otros indicadores como la infraestructura postal, la gestión de contratos con empresas que apoyen la actividad mediante servicios, apoyo logístico etc.
- **Las regulaciones postales:** estas son las normativas de funcionamiento del sector postal, las regulaciones internas fijadas por las administraciones postales en correspondencia con la legislación vigente en el país para el desarrollo de sus servicios, estas regulaciones deben estar encaminadas a cumplir los siguientes objetivos: [2]

1. Garantizar el acceso universal al servicio postal.

2. Encontrar el más perfecto equilibrio posible entre universalización (cobertura universal) y competencia.
 3. Garantizar un servicio postal universal auto-sostenible.
 4. Estimular el desarrollo de nuevos servicios, con las garantías necesarias para proteger los ingresos generados por los servicios tradicionales.
 5. Fortalecer el rol del sector postal como instrumento para el desarrollo económico y social.
 6. Reestructurar al operador postal público: dotarlo de las cualidades necesarias para un mejor rendimiento y desempeño después de la reforma producto de la integración de nuevos servicios.
 7. Preparar al sector postal para su integración en el contexto postal mundial.
 8. Reforzar el rol regulador del Estado.
- **El diseño del servicio:** contar con un adecuado diseño del servicio al cliente es premisa para trabajar por una adecuada competitividad empresarial. Reducir la brecha entre la calidad del servicio brindado y la calidad percibida del servicio es hoy objetivo esencial de las organizaciones, la reducción de esta brecha es posible a través de un adecuado nivel de organización del sistema logístico aplicando políticas de mejoramiento continuo, es por ello que está reconocido que el diseño del servicio al cliente constituye el punto de partida del diseño de los sistemas logísticos.

La solución para lograr un adecuado nivel de competitividad está en situar al cliente y sus necesidades en el punto central de atención de los sistemas productivos y lograr la coordinación de estos últimos a través del enfoque logístico. El diseño del servicio al cliente es el resultado de la toma de decisiones de tipo estratégicas, y lleva implícito el análisis de la organización que brindará el servicio y el de los clientes que lo recibirán.

[12]

- **Indicadores de calidad.** Lograr mayor eficiencia, eficacia y efectividad social es un objetivo de todo nuevo servicio, ya que constituye una labor desarrollada a partir de un análisis o de experiencias que siempre deben estar encaminadas a satisfacer de la manera más óptima las necesidades existentes y que constituyen el punto de partida para el desarrollo del servicio.

Variables Externas.

- **Tipos de Clientes:** El tipo de cliente que una empresa tiene es el cliente que puede conseguir acorde al tipo de servicio que le ofrece. A partir de ello, para distinguir los tipos de clientes potenciales en el Correo Híbrido es necesario conocer qué necesidades tienen (imponer grandes, medianos o pequeños volúmenes de envíos), y qué buscan (celeridad, comodidad, simpleza en las operaciones en línea). El Correo Híbrido es un servicio que por la naturaleza de sus principales clientes le concede al correo un gran valor agregado en la prestación de los servicios. Entre estos principales clientes (compañías grandes impositoras de envíos por el volumen que reportan) se encuentran bancos, compañías de abastecimiento de energía, tiendas minoristas, etc., todas generadoras de facturas, extractos, avisos etc. a una gran masa.
- **Tipo de servicio:** la diferencia entre el “servicio brindado” y el “servicio percibido” es de vital importancia en este aspecto. Esto se basa en lo siguiente, las actitudes del personal empleado, la estética y la vasta educación formal son requisitos para interactuar con el cliente, y la calidad del servicio y la satisfacción del cliente son fundamentales para formarse un criterio favorable del proveedor de servicio, lo que posibilita luego la fidelización de los clientes para garantizarle a este proveedor una posición elevada en el mercado con ventajas competitivas.

En un sistema de Correo Híbrido los resultados se definen mediante la seguridad de manejo de los datos, las opciones de diseño que son ofrecidas para ofertar una amplia gama de modelos al cliente, la calidad de las impresiones en tipos variados de papel, la

CAPÍTULO 2: LOS SISTEMAS DE CORREO HÍBRIDO

eficiencia, de la distribución del correo y de la entrega a su destinatario, en tiempo óptimo, además, en caso de que lo requiera, la eficiencia de retornos de la correspondencia, el nivel de compromiso con el cliente para reimprimir los envíos en caso de extravío y hacerlos llegar a sus destinatarios en tiempo óptimo. Todo ello conlleva a brindar un servicio de calidad que reduce la brecha entre el servicio brindado y el servicio percibido.

COMPETENCIA TÉCNICA		TRATO AL CLIENTE	
Alta	(3) EFICAZ DESAGRADABLE	(4) EFICAZ Y AGRADABLE	
Baja	(1) INEFICAZ Y DESAGRADABLE	(2) INEFICAZ Y AGRADABLE	
	Bajo	Alto	

Tabla1: Tipos de servicio.

En la tabla anterior se muestran los servicios identificados basados en dos variables: Trato al cliente y Competencia técnica. El trato al cliente es un indicador que se evidencia lo mismo en tiendas virtuales o establecimientos físicos lo que en el caso del correo Híbrido tiene relación en ambas escenas.

En el primer cuadrante se encuentra un servicio que es ineficaz y desagradable donde el intercambio de los empleados con los clientes, el porte y aspecto, la estética del lugar pueden ser causas de un mal trato al cliente y la baja calidad del servicio o la gama de ofertas limitadas pueden ser causas de baja competencia técnica.

En el segundo cuadrante se muestra un servicio ineficaz y agradable en un proveedor de servicio con bajas competencias técnicas que brinda buen trato al cliente.

Los proveedores de servicios que se sitúan en el tercer cuadrante brindan un servicio Eficaz y desagradable, son altamente eficaces, saben realizar sus procesos pero por llegar a alcanzar altos estándares de calidad técnica no se enfocan en los clientes y por eso no son líderes.

En el cuarto cuadrante se encuentran las firmas que han alcanzado un equilibrio perfecto entre sus competencias técnicas y sus estrategias de servicio al cliente. Son organizaciones que se enfocan en el cliente, están conscientes de la fuerte competencia y sus perspectivas apuntan al liderazgo.

- **Marco regulatorio:** en este indicador existen una serie de planteamientos que rigen las condiciones del servicio de Correo Híbrido, basado en principios, derechos, obligaciones etc., que están establecidos a nivel internacional por la UPU y que cada país y la organización encargada del control en la prestación de servicios postales deben cumplir. La participación y el compromiso del Poder Legislativo del gobierno son de vital importancia. Una buena propuesta no sirve de nada si no es comprendida por completo y apoyada por los responsables de la elaboración y aprobación de los instrumentos legales, los cuales además de ser los medios necesarios para la legalización de las propuestas, son los grandes símbolos de los esfuerzos de reforma.[2]
- **Competencia:** este es un factor estimulante para el desarrollo de los servicios. La influencia de la competencia ha sido un motor impulsor en la adopción y perfeccionamiento de servicios novedosos como el correo Híbrido, a partir de la liberalización del mercado postal, la obligación de prestar servicio universal unido a la existencia de empresas privadas se ha hecho posible la toma de referencias de administraciones postales desarrolladas para mejorar la prestación de los servicios.
- **El mercado:** En este indicador es importante descubrir las oportunidades para nuevos negocios.

Existen muchas maneras creativas para describir oportunidades y 4 métodos formales para identificar nuevos negocios:

1. Penetración en el mercado.
2. Desarrollo del mercado.
3. Desarrollo del producto.
4. Diversificación.

En la penetración del mercado se busca quitarle clientes a la competencia mediante una mejor publicidad, mayor distribución, reducciones de precio, nuevos envases, etc.

En el desarrollo del mercado se trata de captar nuevos clientes sin modificar el producto.

Para poder ubicar oportunidades de negocios es importante estudiar la situación en 3 niveles:

1. El Entorno Nacional.
2. El Sector Específico.
3. El Cliente.

El Entorno Nacional.

El entorno nacional comprende el conocimiento de los cambios en los campos político, económico y social, si existe influencia de las decisiones del gobierno y las innovaciones tecnológicas.

Es necesario tener en cuenta las evoluciones de entorno en la marcha de los negocios como consecuencia del evidente avance hacia un mercado libre y competitivo; el papel de la legislación, la existencia o no de reglamentarismo y monopolios etc.

El Sector Específico.

Los cambios en el entorno causan diversos efectos en cada sector considerando el tipo de productos o servicios, la competencia, la producción, los precios y las tendencias de los servicios adecuados a las nuevas necesidades de los clientes.

El Cliente.

En un mercado de libre competencia, es el cliente el que tiene la decisión final sobre el éxito o fracaso de un producto o servicio.

- **TIC:** han sido un factor de apoyo que han aprovechado muy bien los operadores postales para ser competitivos y desarrollar nuevas oportunidades en función de brindar un mejor servicio.
- **La infraestructura del país:** es un indicador que tiene una influencia determinante en el alcance del servicio de Correo Híbrido, que puede desarrollarse a través de la distribución de oficinas, sucursales y puntos de atención al cliente conectados a través de la red de transporte físico y la red de datos electrónicos.

2.6 Conclusiones.

Los servicios postales son diferentes a otros servicios públicos nacionales como la electricidad, la educación y la salud, debido a que ellos no están sujetos a ningún tipo de requisitos externos, por lo tanto pueden estar más alineados con la política interna de desarrollo del país. En cambio, en lo que respecta a los servicios postales, en el marco de una normativa internacional, los gobiernos están obligados a mantener una red nacional básica para prestar el servicio postal universal.

En países donde la liberalización del mercado postal se aplicó solamente a las empresas privadas que entraban al mercado, sin que se les impusiera exigencia o requisito alguno, el

CAPÍTULO 2: LOS SISTEMAS DE CORREO HÍBRIDO

operador postal público pierde posición en el mercado obligado a seguir manteniendo la red postal en todo el país, mientras se le niegan recursos del estado.(TRAINPOST, El Servicio Universal)

CAPÍTULO 3: ACERCAMIENTO AL MODELO DE SERVICIO DE CH

3.1 Introducción.

La estimación y valoración de riesgos laborales conlleva a que un gran número de organizaciones y expertos hayan buscado determinar la forma de que las empresas logren organizar adecuadamente su estrategia o flujo laboral, lo que ha originado, desde hace muchos años, la aparición de diversas teorías o planteamientos que posteriormente han ido evolucionando con el tiempo de acuerdo con los resultados y el entorno cambiante. Las empresas han utilizado herramientas o sistemas de control de la gestión de la prevención basados en indicadores de calidad, aunque en muchos casos el resultado no ha sido favorable, alimentan el pensamiento de la organización a corto plazo y estudian las tendencias de los servicios que se proponen brindar.

3.2 Propuesta de modelo de evaluación del sistema de Correo Híbrido.

Interrogante	Definiciones a lograr
1. ¿Existe preparación?	-Características de la cultura de la organización para ofrecer un servicio superior al cliente. -Necesidades de capacitación.
2. ¿Para quién?	-Caracterización de los grupos de clientes. -Características de la atención a dar a cada grupo. -Sistema de información y orientación al cliente.
3. ¿Qué?	- Contenido del servicio que se brinda. - Características.

CAPÍTULO 3: ACERCAMIENTO AL MODELO DE SERVICIO DE CH

4. ¿Cómo?	<ul style="list-style-type: none"> - Procedimientos para el cliente solicitar el servicio. - Procedimientos (tecnología) para brindar el servicio.
5. ¿Quién?	<ul style="list-style-type: none"> - Personal que se encarga de brindar el servicio: cantidad, funciones, características, estética, ética y calificación.
6. ¿Cuánto?	<ul style="list-style-type: none"> - Cuánto está asociado a los recursos a invertir y cuánto tiempo es requerido para recuperar la inversión.
7. ¿Cuándo?	<ul style="list-style-type: none"> - Duración de los ciclos de respuesta y de ejecución del servicio - Identificación del momento más apropiado y coyuntural del mercado para implantar el servicio.
8. ¿Con qué?	<ul style="list-style-type: none"> - Relación de medios a utilizar (equipos, utensilios, mobiliario, dispositivos, instalaciones, medios técnicos y otros). - Infraestructura tecnológica.
9. ¿Dónde?	<ul style="list-style-type: none"> - Lugar para brindar el servicio y su localización. <p>Definir el alcance geográfico y estructural en la organización.</p>
10. ¿Por qué?	<ul style="list-style-type: none"> - Definir sólo tareas y acciones que agreguen valor al servicio al cliente. - Objetivos y metas del servicio al cliente.

Tabla2: Análisis para brindar el servicio de Correo Híbrido por los operadores.

1. Realizar un estudio de mercado.
 - 1.1 Analizar los clientes potenciales.
 - 1.2 Analizar los potenciales tipos de servicios que pueden ser brindados.
 - 1.3 Analizar las regulaciones del mercado.
 - 1.4 Analizar la infraestructura tecnológica del país o área geográfica.
 - 1.5 Analizar los potenciales suministradores de insumos.
 - 1.6 Analizar la competencia.
 - 1.7 Analizar el financiamiento por clientes.
 - 1.8 Analizar la legislación vigente.

2. Estudio del proveedor de servicios.
 - 2.1 Volúmenes actuales de imposición y manejo.
 - 2.2 Volúmenes posibles de imposición y manejo.
 - 2.3 Infraestructura tecnológica interna del proveedor de servicio.
 - 2.4 Infraestructura de Recursos Humanos.
 - 2.5 Posicionamiento en el mercado.
 - 2.6 Regulaciones y objeto social definido.

3. Estudio del negocio.
 - 3.1 Solución tecnológica propuesta.
 - 3.2 Dimensión o alcance del servicio.
 - 3.3 Financiamiento de inversiones.

En muchos países el estado, como propietario/gestor, proporciona los recursos necesarios para lograr el equilibrio presupuestario y garantizar la viabilidad económica y financiera del operador responsable de la prestación del servicio postal universal. En esos casos, el estado es también la principal fuente de recursos para efectuar inversiones. Por lo tanto, si el operador público se encuentra en crónico desequilibrio, el estado se resistirá a asignar

recursos adicionales para financiar inversiones, incluso cuando éstas sean absolutamente necesarias, ya que es difícil probar que tales inversiones adicionales podrán revertir de forma concreta el déficit presupuestario. Destinar recursos a inversiones de forma indiscriminada puede no aumentar las ganancias. En vez de solucionar el problema, las inversiones poco atinadas, mal-aconsejadas pueden agravar el desequilibrio ingresos-gastos del operador público, que pasa a demandar más y más subsidios del estado.

Una alternativa es recurrir a agentes del mercado financiero como fuente de financiación de proyectos de desarrollo. Las agencias/organismos de financiación de proyectos adoptan una postura de evaluar el destino de los recursos solicitados, ya sea buscando las garantías de retorno económico de la inversión (desde la óptica privada), o buscando establecer el objetivo/beneficio social y el retorno económico de la inversión (desde la óptica pública). El sector postal encaja en ambos aspectos por el potencial comercial y por el valor social de los servicios postales. Sin embargo, será difícil que el operador postal público que se encuentra en una situación financiera de deterioro obtenga líneas de financiación. La aprobación de las mismas estarán sujetas a mayores exigencias así como también mayores garantías; por lo que, la obtención de los recursos necesarios para la financiación de proyectos será mucho mas difícil de lograr. [2]

3.3 El entorno postal cubano.

Los principales antecedentes del correo en la mayor de las Antillas datan de hace más de cuatro siglos. El 14 de mayo de 1514, el Rey de España, Fernando de Aragón, dictó una Real Cédula para la creación del Correo en Cuba. Sin embargo, el servicio postal regular no se creó hasta dos siglos y medio después, en 1754, debido al alto grado de abandono y al reducido número de habitantes. En 1754 se hizo una gestión con el fin de establecer un servicio de correos de acuerdo con el crecimiento de la población que se había registrado. El entonces gobernador don Francisco Cajigal de la Vega dirige una carta al Rey Fernando Sexto, el 19 de febrero de 1754, donde expone la necesidad de establecer un servicio de correos en la isla, lo mismo para el público que para la Real Hacienda , insistiendo en su petición en una nueva misiva, el 6 de abril.

CAPÍTULO 3: ACERCAMIENTO AL MODELO DE SERVICIO DE CH

Igual gestión realizó, por su parte, el Obispo de Cuba, Pedro Agustín Morell de Santa Cruz, quien destacó las ventajas que tendría para la isla. El monarca español atendió ambas peticiones y el 26 de agosto de 1754 dictó la Real Orden que disponía la organización de los servicios postales en la mayor de las Antillas. Un año más tarde, el gobernador del país caribeño dictó una resolución que reglamentó el servicio de Correos.

La Empresa Correos de Cuba (ECC) es una entidad estatal perteneciente al Ministerio de la Informática y las Comunicaciones, líder en las comunicaciones de Base Postal, que ofrece una amplia gama de servicios de infocomunicaciones (correo electrónico, direcciones electrónicas, navegación, mensajes electrónicos, etc.), servicios de Base Financiera (cobros y pagos por encargo de terceros, transferencia de efectivo etc.) y otros servicios aprovechando redes e instalaciones diseminadas en todo el país, que actualmente brindan una atención integral en el ámbito nacional e internacional, tanto a personas jurídicas como naturales, de modo seguro, y regularmente. [13]

La Empresa de Correos de Cuba está enfrascada en la reorganización de su flujo productivo, con nuevo equipamiento tecnológico, personal técnico y una organización laboral que propicie eficiencia. El tráfico postal continúa aumentando este año y las soluciones no están aún a la vista. Esa entidad tiene más de 13.000 trabajadores y alrededor de 3.000 agentes postales con medios propios y gestores de ventas (quiosqueros). Posee 1.015 unidades, lo que la convierte en una de las redes de servicios con mayor capilaridad del país. Entre las medidas adoptadas recientemente para mejorar el servicio, se simplificaron los procesos en el tratamiento de los envíos entre la Aduana y Correos y creció el intercambio en los aeropuertos. También aumentó a 30 el número de mesas de trabajo de Aduana-Correos, se le dio prioridad a la transportación de los envíos y se adoptaron medidas técnico-organizativas en los centros de tratamiento del país para la recepción de los bultos postales. Según se anunció, Correos de Cuba instrumentará nuevas medidas para dar mayor seguridad a los envíos destinados a la población, fundamentalmente en las oficinas de correos, y en particular en Ciudad de La Habana.

La inviolabilidad de la correspondencia es una garantía constitucional y un principio universal. Cuba es signataria de convenios internacionales que velan por su cumplimiento, según

CAPÍTULO 3: ACERCAMIENTO AL MODELO DE SERVICIO DE CH

publicó el diario *Granma* en su sección Cuestión de Leyes. De esta manera, el Código Penal resguarda ese derecho mediante dos conductas delictivas: la violación y la revelación del secreto de la correspondencia. Se sanciona con privación de libertad o multa a quien, sin estar autorizado, abra carta, telegrama, despacho o cualquier correspondencia perteneciente a otro. Condena, igualmente, a quien, con el propósito de perjudicar a otro o de procurar un beneficio para sí o para un tercero, revele un secreto que conoce a través de estos medios de comunicación.

El Reglamento de los Servicios de correos, giros postales y telégrafos establece que las cartas estarán sujetas a revisión por parte de la Aduana, cuando contengan o se suponga que contienen mercancías u objetos susceptibles de pago de derechos aduanales. También prohíbe a los trabajadores de esta institución permitir que personas ajenas al servicio lean, examinen o manipulen la cubierta, ni ninguna otra parte de la carta, para saber hacia quién va dirigida. El Reglamento Interno de los Carteros les obliga a proteger la correspondencia y asegurar su inviolabilidad. Por esa razón, estos trabajadores no pueden entregar sin justificación las cartas a personas que no sean los destinatarios, ni dejarlas en lugar distinto a la dirección indicada.

Al crearse en enero del 2000 el Ministerio de la Informática y las Comunicaciones (MIC) se trazaron sus proyecciones de trabajo para el periodo 2001-2005, entre ellas, se planteó como “Objetivo No. 7: La diversificación y ampliación de los nuevos servicios en las infocomunicaciones”.

En consecuencia de lo planteado por el MIC, CubaPost, dentro de sus proyecciones de ese año elaboró un plan de negocios donde se propuso ampliar las relaciones contractuales a nuevos clientes y realizar el completamiento del personal que atendía esa actividad. [14]

Al romperse producto de un accidente parte del equipamiento tecnológico en el año 2001, la planta de correo híbrido en CubaPost deja de operar. Como resultado de ello los planes para aumentar los clientes no se pudieron realizar y se continuó brindando el servicio a los clientes

CAPÍTULO 3: ACERCAMIENTO AL MODELO DE SERVICIO DE CH

que existían en ese momento efectuando la mayor parte del proceso de forma manual hasta que se gestionara la compra del equipamiento nuevo.

El proyecto de compra de nuevo equipamiento para la prestación del servicio en Cuba se estimó en cerca de un millón de dólares norteamericanos y se contactó con varios proveedores y además con la firma Cabrera & Pérez (proveedor español), concretándose con un viaje del director de CubaPost en el 2002 quien a su regreso propuso comprar el equipamiento para el servicio en República Dominicana.

Finalmente no se ha adquirido el equipamiento en ninguna de las variantes anteriores por razones que no se han podido precisar y se le dio la orientación a CubaPost de no seguir prestando el servicio de correo híbrido. [14]

El servicio de correo híbrido en Cuba se estuvo brindando durante tres años desde el correo cubano. Otras instituciones como el MINBAS (Empresa Eléctrica), ETECSA, Cubacel y Aguas de La Habana, adquirieron equipamiento por su cuenta para sus servicios de facturación a clientes y trabajan con plantas de impresión y ensobrado hasta hoy, siendo la más completa ETECSA con una capacidad productiva de dos millones de envíos mensuales. [7]

3.4 Modelación del proceso de Correo Híbrido según el ambiente cubano.

A. Sobre los Pasos del proceso:

a. Contratación.

En el marco de desarrollo de la informatización de los servicios en Cuba existen propuestas realizadas por la empresa de correos para la construcción de una plataforma de servicios informatizados al ciudadano, en esta propuesta se persigue establecer un vínculo soportado en la red digital entre clientes y proveedores del servicio a raíz de un análisis hecho por especialistas de la empresa, hasta ahora en las

CAPÍTULO 3: ACERCAMIENTO AL MODELO DE SERVICIO DE CH

gestiones para el desarrollo de este proyecto existen limitantes fundamentalmente en el financiamiento que imposibilitan la materialización del mismo.

La regulación de los procedimientos para el funcionamiento de redes privadas de datos en Cuba es una tarea atribuida al Ministerio de la Informática y las Comunicaciones. Este organismo es, por consiguiente, el que marca las pautas para el registro de estas redes y el que emite la normativa vigente en la materia.

Mediante la Resolución 23, de 9 de febrero de 2000, el Ministerio de la Informática y las Comunicaciones dispone que, para la inscripción de redes privadas de datos, el solicitante entregará a la Dirección de Telecomunicaciones de dicho organismo una carta acreditativa, en la que conste que el solicitante está facultado técnica, económica y legalmente por la entidad que representa en las responsabilidades que contrae en dicho procedimiento ante el Ministerio de la Informática y las Comunicaciones. En esta Resolución se establecen, además, los requisitos para la solicitud de dicha inscripción.

Por tanto, la contratación para un modelo de Correo Híbrido en principio se propone realizarla mediante la firma de un documento impreso entre el cliente y el proveedor de servicio.

b. Captura y recogida de datos a procesar.

La captura y recogida de datos por las causas antes expuestas se dificulta proponerlas en línea, luego es estimado que conviene desarrollar este paso mediante la entrega en el centro de procesamiento de un dispositivo de almacenamiento de datos electrónicos.

c. Adecuación y proceso de los datos.

Este proceso es recomendable llevarlo a cabo mediante el sistema de procesamiento vigente en los dos centros de procesamiento que existen en el país.

d. Generación del envío físico.

Para elaborar el envío físico es necesario al igual que en el paso anterior analizar los medios con que cuentan y los métodos de elaboración para generar los envíos estos centros de impresión y ensobrado.

e. Preclasificación y clasificación postal.

Aunque puede proponerse la preclasificación, la cantidad de centros de procesamiento es insuficiente en el territorio nacional, lo que presupone que se desarrollen varios procedimientos de clasificación para distribuir los envíos a través de diferentes centros de clasificación y oficinas postales de destino.

f. El enrutamiento y porteo.

Para el enrutamiento y el porteo se cuenta con la distribución de oficinas postales y la red de carteros. Con el nuevo volumen de envíos a distribuir sería importante considerar si la misma cantidad de carteros puede cumplir con el porteo según las demandas del contrato establecido.

g. La entrega física.

Para la entrega física se propone el método tradicional mediante el cual el cartero traspasa la correspondencia a su destinatario, debe existir un registro en el libro del cartero o modelo DC7 que posibilite contemplar la correspondencia como entregada.

h. El retorno.

El proceso de retorno de la correspondencia física debe basarse en el método tradicional mediante el cual la correspondencia es trasladada, clasificada y registrada en las entidades postales hasta su destinatario.

B. Sobre el modelo del negocio:

a. La competencia.

El entorno cubano tiene la particularidad de que no existe competencia en el sector de correos, las relaciones deben ser desarrolladas con entidades a partir de la cooperación mutua y el aporte de soluciones encaminadas a brindar un mejor servicio en la rama postal.

b. La legislación.

La legislación es el conjunto de disposiciones legales por medio de las cuales se establecen los alcances regulatorios de la autoridad administrativa, se señalan las facultades y funciones del organismo de control, se fijan los requisitos y condiciones mínimas de admisión , las pautas generales que deben cumplir los prestadores, los derechos de los usuarios, las relaciones entre estos las prestadoras y la autoridad administrativa, los sistemas de control y el régimen sancionatorio ante las infracciones al mismo.

En Cuba es prestado un tipo de servicio postal asimilable al SPU en lo relativo al acceso, distribución y precio único. Este servicio, tanto nacional como internacional, es prestado por la Empresa de Correos de Cuba, empresa autónoma del Estado, debidamente autorizada por la ley que la creó. Sin embargo determinar en qué medida se cuenta con una infraestructura apta para el desarrollo de un sistema de Correo Híbrido en el país también es parte de un análisis que conlleva a la conclusión

de que se requiere una inversión para la creación y acondicionamiento de plantas de impresión y ensobrado para procesar la información.

En este sentido la toma de una decisión de apadrinamiento o administración de los dos centros de impresión y ensobrado que brindan servicios a ETECSA puede ser la solución si se determina que es factible desde el punto de vista legal. Actualmente los dos centros de impresión y ensobrado existentes se mantienen funcionando durante quince días, el sistema de Correo Híbrido establece una norma diaria de funcionamiento para estos centros, corresponde determinar si es posible desde el punto de vista legal la administración de la Empresa de Correos de Cuba de estas plantas de impresión y ensobrado para desarrollar el servicio.

c. La infraestructura:

La infraestructura cubana de correos cuenta con más de 1000 oficinas distribuidas por todo el país además de centros atención. La red de transporte que presta servicios al correo por contrato es TRANSVAL, que ofrece transportes de carga, y la infraestructura de comunicaciones, puede funcionar como canal de comunicación aunque no de distribución, etc.

d. Los proveedores de insumos.

Los proveedores de insumos, se propone que sean preferiblemente nacionales, previendo la realidad de que no puedan ser afectables directamente por el bloqueo del gobierno norteamericano y unificado para todas las plantas con el objetivo de mantener un control dentro del proceso que posibilite analizar los resultados con las menores implicaciones financieras.

e. Tecnología y recursos humanos y los clientes.

La tecnología debe ser unificada para todas las plantas, con la previa preparación centralizada del personal de trabajo en la operación con el equipamiento adquirido para el desarrollo del servicio. Los clientes son en su casi totalidad clientes estatales que gestionan su facturación en sus propias entidades, la mayor de éstas es ETECSA con más de 2 millones de envíos mensuales, entre otras están Aguas de La Habana, MINBAS y la empresa eléctrica.

3.5 Conclusiones.

Los correos públicos han de buscar alianzas entre sí y con otros operadores, con socios tecnológicos y con otros organismos públicos y empresas, de manera que se aprovechen los puntos fuertes de cada uno y se eviten las duplicidades de esfuerzos y de recursos o las confrontaciones estériles, como las tradicionales entre los correos y los servicios de telecomunicación por teléfono.

El futuro del correo no se puede abordar de manera aislada. La cooperación entre portadores y creadores de valor agregado mediante nuevos servicios debe estimularse a través de estas alianzas. Hay consenso sobre la urgencia y necesidad de la modernización y la reforma de los servicios postales. Sin embargo, modernizarse, reestructurarse o crear una empresa postal no significa privatizarse o concesionarse. El sector postal está experimentando cambios a través de todo el mundo y los países se encuentran en diferentes etapas del proceso. Cualquiera que sea la etapa en la que se encuentren, el desafío que enfrentan los interesados es la buena gestión del proceso.

El factor clave es la participación activa y constructiva de las organizaciones de trabajadores y las administraciones. En vista de los cambios tecnológicos y económicos, la modernización del sector postal se ha convertido en una necesidad imperiosa si se pretende que este sector continúe siendo de relevancia para la sociedad y atienda a los clientes en forma eficaz.

CONCLUSIONES GENERALES

La supervivencia de los correos públicos está asegurada, siempre que éstos sufran una metamorfosis que les permita aprovechar al máximo las posibilidades que les proporcionan su posicionamiento actual en el mercado como empresas conocidas y fiables, las tecnologías de la información y las comunicaciones, con la aparición de nuevos productos o la aportación de valores añadidos y la fortaleza de sus tres redes: la Red logística de distribución física, la Red de oficinas de atención y la Red de telecomunicaciones.

Existe la necesidad de brindar un servicio para satisfacer la imposición de grandes volúmenes de envíos, y reporta ventajas para destinatarios que no utilizan la red de datos o no pueden utilizarla por la zona geográfica.

Sin evaluar un conjunto de variables internas y externas que indiquen la efectividad del servicio de Correo Híbrido en un entorno determinado, no es posible brindar el servicio de con las transformaciones que implica realizar en el sector postal para garantizar el resultado más óptimo.

La oportunidad de desarrollo del servicio de Correo Híbrido seguirá estando presente mientras existan los clientes grandes impositores como clientes esenciales del servicio en el que la facturación y demás envíos sigan siendo físicos.

En el entorno cubano es necesario considerar algunas transformaciones para introducir un servicio de Correo Híbrido en la actividad postal tradicional, existen limitantes de desarrollo tecnológico y financiero que incurren en gastos de inversiones no asequibles en la actualidad para el gobierno como propietario de la Empresa de Correos. La infraestructura de las telecomunicaciones que soporte el servicio aún es objeto de gestión por parte de la empresa de Correos y el Ministerio de la Informática y las Comunicaciones. Las normativas vigentes pasan a ser un aspecto consecuencial a analizar para realizar un diagnóstico de las condiciones y las posibilidades en cuanto a volumen de imposiciones por clientes naturales. Las leyes del bloqueo imperialista constituyen un obstáculo para el establecimiento de

acuerdos y contratos con empresas privadas para el desarrollo de la infraestructura en el exterior por lo que la limita la prestación del servicio a nivel internacional.

RECOMENDACIONES

Para la mejora del modelo propuesto es requerido armonizar el algoritmo de trabajo y los procesos internos de la entidad que se disponga a brindar un servicio de Correo Híbrido en Cuba.

Desarrollar el modelo, puede constituir un paso de avance en la implantación de un servicio de Correo Híbrido en Cuba para el cual más adelante se pueden hacer estimaciones de inversión para planificar su desarrollo.

Continuar desarrollando la investigación de los servicios de Correo Híbrido exitosos en el mundo para obtener constantes referencias de las técnicas desarrolladas por los operadores postales.

BILIOGRAFÍA REFERENCIADA

1. Curso, todo sobre Filatelia. Disponible en: [<http://www.mailxmail.com/curso/vida/filatelia/capitulo1.htm>]
2. TRAINPOST. Conceptos básicos. Análisis del cambiante entorno postal. Disponible en: [http://www.upu.int/ipdp/es/2-07_basic-concepts_es.pdf]
3. ESPINOSA, J. M. M. Reflexiones sobre la innovación como elemento para la supervivencia empresarial. vol. 17
4. Grupo de planificación estratégica. Berna, octubre de 2007, Vol. 4.
5. TRAINPOST. Conceptos básicos. El Servicio Postal Universal. Disponible en: [http://www.upu.int/ipdp/es/2-07_basic-concepts_es.pdf]
6. Correos. Correo Híbrido, el valor de un servicio de gestión integral, 2004. Disponible en: [http://www.correos.es/comun/informacionCorporativa/memoria%202003/1007_b_13-AreasNeg.pdf]
7. Rodríguez, Johann. Análisis y diseño de un sistema para la gestión del negocio de una planta de Correo Híbrido masivo. [Trabajo de diploma]. Ciudad Habana: s.n., junio de 2007.
8. Logística. Wikipedia. [En línea] <http://es.wikipedia.org/wiki/Log%C3%ADstica>.
9. Medios de Comunicación y transporte. Correos. Disponible en: [http://www.comercioexterior.ub.es/correccion/03-04/australia/Comunicaci%F3n_transporte.html]
10. Universia. Sistemas de correos en Australia. Disponible en: [<http://internacional.universia.net/asia-pacifico/australia/vivir/correos/index.htm>]

11. Newswire. PritSoft lanza el servicio DeskDirect Global en Post Expo 2007. Disponible en: [<http://www.prnewswire.co.uk/cgi/news/release?id=209037>]
12. Acosta, Gómez Martha I, Suárez, Acebedo José A y González, González Roberto. Administración y finanzas. monografias.com. [En línea] Noviembre de 2004. [Citado el: 19 de Junio de 2008.] <http://www.monografias.com/trabajos17/servicio-cliente/servicio-cliente.shtml#DISE%D1O>.
13. Ministerio de la informática y las comunicaciones de Cuba. Disponible en: [<http://www.mic.gov.cu/hempdetails.aspx?20,6>]
- 14 González, Adalberto Mora. Antecedentes de la tecnología de Correo Híbrido en Correos de Cuba. Ciudad Habana : s.n., 2006.

BIBLIOGRAFÍA CONSULTADA

- Revista de la Union Postal Universal. **Postale, Union**. Edición Española : s.n., 2005, Vol. 3.
- GONZÁLEZ, A. M. Antecedentes de la tecnología de Correo Híbrido en Correos de Cuba. 2006.
- Automated Document Production. 2005,
- Comunicaciones. Surgimiento del Correo en Cuba. 2008,
- TRAINPOST. Conceptos básicos. Análisis del cambiante entorno postal. Disponible en:[
http://www.upu.int/ipdp/es/2-07_basic-concepts_es.pdf]
- Confianza y seguridad en las TIC. 2006,
- Curso "Servicio Postal Universal", 2006.
- DIEZ, M. E. P. Curso: Todo sobre filatelia. 2005, Disponible en:
<http://www.mailxmail.com/curso/vida/filatelia/capitulo1.htm>.
- FAHELING, N. Data from german Post ... no problem!
- TRABAJO, O. I. D. Documento de base para la discusión en el Seminario Regional Conjunto (OIT y UPU, en cooperación con UNI-Postal) sobre el diálogo social en los servicios de correos en América Latina. 2003.
- LLANES, R. P. ECOBOL intenta responder al E-mail.

- COOPERS, P. W. El Impacto sobre el Servicio Universal de la Plena Realización del Mercado Interior Postal en 2009.
- SOLUTIONS. Electronic Lodgement of Mail. Disponible en: http://www.printsoft.com/fileadmin/site_files/Resources_Center/Case_Studies/elodgement.pdf.
- SOLUTIONS, P. Even more personalised mail.
- BIRNBAUM, D. Hybrid Mail from the desktop.
- PRINTSOFT. Hybrid Mail Solutions. Disponible en: www.printsoft.com/hybrid_sol.html.
- Hybrid Mail: Does this latest way of print production make sense for your organization?, Mailing system technology, 2006.
- ZBORLL, Z. Hybrid Post Project at the Czech Post.
- Informe de la comisión al consejo y al parlamento europeo sobre la aplicación de la directiva postal. 2006.
- NAF, B. Meeting the needs of Post Office WorlWide.
- CORREOS. Memorias 2006. 2007 Disponible en: [<http://www.correos.es/común/informacionCorporativa/Memoria%202006/filiales.pdf>]
- FOMENTO, M. D. Memorias del mercado postal español de 2005. 2007
- CORREOS. Otras áreas claves del negocio. Correo Híbrido, el valor de un servicio de gestión integral

- ISIS. Papyrus PostProcessing/PrintPool.
- ISIS. Papyrus Web Control TM 6
- Personalised Communication Everywhere. Disponible en: www.printsoft.com/industry/pers_comm.html
- PRINTSOFT. Postal Enterprises. Disponible en: <http://www.printsoft.com/industry/postal.html>.
- UNION, U. P. Postal Statistics. 2007 Disponible en: [<http://www.upu.int/statistics/en/index.shtml>]
- TRAINPOST. UPU at a glance. Disponible en: [http://www.upu-trainpost.com/eng/upu/upu_propos.htm]
- PRINTNET, G. The Preferred Solution for Print Service Providers
- GONZÁLEZ, A. M. Presentación del proyecto Correo Híbrido Masivo. 2007
- ZAMBONI, S. Quality of Postal Services
- ESPINOSA, J. M. M. Reflexiones sobre la innovación como elemento para la supervivencia empresarial. vol. 17
- Resultado del estudio de clientes y requisitos para un sistema de Correo Híbrido Masivo. 2006
- GONZÁLEZ, A. M. Seminario para la aplicación de herramientas para determinar los parámetros y la factibilidad de un negocio de Correo Híbrido masivo. 2007

- Seminario Regional Conjunto sobre el diálogo social en los servicios de correos en América Latina. 2003
- ESPINOSA, J. M. Servicio Postal Universal, consideraciones generales para su establecimiento [Consultado el: junio 2008 de 2008]. Disponible en:
http://www.mtc.gob.pe/portal/comunicacion/postal/datos_int/servicio_postal_univ.pdf.

GLOSARIO DE TÉRMINOS Y DEFINICIONES

CH: Correo Híbrido

ECC: Empresa de Correos de Cuba.

ISPJAE: Instituto Preuniversitario José Antonio Echeverría

Inserto: Objeto físico que es insertado en un sobre contenedor junto al envío principal en un servicio de CHM, generalmente es publicidad, tarjetas, CDs., etc.

ONU: Organización de Naciones Unidas

UPU: Unión Postal Universal.

UCI: Universidad de las Ciencias Informáticas.

UE: Unión Europea

TICs: Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.