



Correos de México

Programa para un Gobierno Cercano y Moderno
Ejercicio de Participación Ciudadana 2014

Entregable: Respuesta de la Institución.

EJERCICIO DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA 2014

Respuesta de la Institución.

<p>Propuesta 1</p>	<p><i>Sr. Carlos de Jesús Ponce Beltrán Presidente de la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI) "Nosotros como Asociación Mexicana de Internet sí queremos y perdón la expresión tan coloquial, colgarnos de la infraestructura que ustedes están generando; sí creemos que va a ser, puede ser y debe ser un partner fundamental para el sector privado la logística que ustedes están creando y la innovación en la que se están encauzando. Qué mejor socio puede tener la industria nacional e inclusive internacional asentada en nuestro país que una institución de tanta experiencia, con tanto equipo, con tanto personal y con tantas metas".</i></p>
<p>Respuesta genérica</p>	<p><i>Correos de México ya cuenta con un Convenio de Colaboración con la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI) firmado en el mes de octubre de 2013.</i></p>
<p>a. Se suscribe la propuesta</p>	
<p>b. Se suscribe la propuesta parcialmente.</p>	
<p>c. No se suscribe la propuesta pero se presenta alternativa (compromiso)</p>	<p><i>Se llevarán a cabo acciones en base a Convenio de Colaboración con la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI).</i></p>
<p>Compromiso de la institución, incluyendo una meta, fecha de cumplimiento y medio de verificación</p>	<p><i>Ninguno adicional a mecanismo ya existente.</i></p>

<p>Detalle del compromiso : Explicación del compromiso, es decir, cómo se llevará a cabo</p>	<p><i>Ninguno adicional a mecanismo ya existente.</i></p>
<p>Comentarios adicionales (opcional) Los comentarios que la institución considere pertinentes, por ejemplo en materia normativa, presupuestal u operativa del compromiso</p>	<p><i>Ninguno adicional a mecanismo ya existente.</i></p>

<p>Propuesta 2</p>	<p><i>Néstor Márquez Presidente de la Asociación Mexicana de Mercadotecnia Directa e Interactiva (Directa)</i></p> <p><i>“Por ejemplo, el tema del cleansing de dato creo que tenemos que tener una actitud mucho más proactiva la industria y el correo, creo que puede jugar un rol muy importante porque cuando queremos hacer entregas físicas, cuando tiene que llegar el cartero, que tengamos seguridad en que vamos a encontrar el domicilio es clave y eso es más fácil que lo arreglemos antes, esto como cuando uno construye, cuando construye una casa, es más fácil borrar una línea en un papel que mover una pared, y lo mismo pasa esto.</i></p> <p><i>Si podemos corregir los datos antes de que el cartero salga a la calle, vamos a estar bajando los costos, vamos a ser más predecibles, la gente va a tener más confianza en el comercio electrónico porque les van a llegar los productos, que eso creo que es básico.</i></p> <p><i>El otro tema que tiene que ver es: tenemos que apoyar y tiene que ver con el punto anterior, tenemos que apoyar la industria de la base de datos, o sea, en México seguimos sin tener una industria oficial de la base de datos.</i></p> <p><i>Entonces, ¿Cómo hacemos para entregar productos a la gente que no pueda hacer publicidad y si no podemos checar quiénes somos los potenciales compradores para que justamente aproveche más el medio?</i></p>
<p>Respuesta genérica</p>	<p><i>Lic. Yuriria Mascott Pérez</i></p> <p><i>“...tenemos que poner en sinergia la comunicación digital y el mundo físico. Entonces, aquí estamos, ese es nuestro gran objetivo, cómo nos vamos a poner en esa sinergia.</i></p> <p><i>Tocaste temas muy importantes que yo creo que tendríamos que desarrollar en una agenda de un gobierno cercano, aunados a los que ya vimos ahorita con Carlos Ponce, la parte de formas de pago es importantísima, aquí afortunadamente está Visa también y ya podemos encontrar algunas otras formas de pago que podamos comunicarnos.</i></p> <p><i>La parte de protección de datos personales que tiene que estar en la agenda, o sea, no puede quedarse fuera de ella. Me encanta que su negocio hoy ya sea de 30 mil millones, esperemos que el año que entra sea de 32 mil y que así se vaya incrementando en esos dígitos.</i></p> <p><i>Y creo que aquí tenemos uno de los temas que tocaste, el último de los temas que tocaste, tenemos un papel muy importante en nosotros.</i></p> <p><i>Nosotros manejamos la base de códigos postales del país, tenemos que ver cómo podemos mejorar esos códigos postales para enriquecerlos y que pueda estar en el uso de todos los ciudadanos para industrias como la tuya y muchas otras industrias que lo pueden requerir, que a lo mejor valdría la pena que en este foro le dedicáramos algunos minutos a esta parte de la corrección de datos”.</i></p> <p>COMPROMISO CUMPLIDO.</p>
<p>a. Se suscribe la propuesta</p>	<p><i>Se suscribe la propuesta.</i></p>

<p>b. Se suscribe la propuesta parcialmente.</p>	
<p>c. No se suscribe la propuesta pero se presenta alternativa (compromiso)</p>	
<p>Compromiso de la institución, incluyendo una meta, fecha de cumplimiento y medio de verificación</p>	<p><i>Compromiso: Poner a disposición un servicio de comunicación directa. Fecha: 30 de junio 2014. Medio de verificación: Publicidad Inteligente</i></p> <p><i>Miembros y coordinadores del Comité de Correo en México Fecha: 05 de septiembre 2014.</i></p>
<p>Detalle del compromiso : Explicación del compromiso, es decir, cómo se llevará a cabo</p>	<p><i>Correos de México, puso a disposición de cualquier tipo o tamaño de empresa o negocio un medio de comunicación directo, efectivo, medible y adaptable a su presupuesto. Medio que le permite cumplir con los objetivos de comunicación y publicidad de cualquier negocio o empresa, logrando impactar, acercarse, atender, retener y adquirir nuevos clientes; permitiéndoles focalizar la ubicación del tipo clientes o mercado con base en la base de Códigos Postales y los datos del Censo de Población y Vivienda del INEGI y el Censo Económico (DENUE) del INEGI.</i></p> <p><i>En base a esta iniciativa la Asociación Mexicana de Mercadotecnia Directa e Interactiva (Directa) invitó a Correos de México a formar parte, a conformar y dirigir su Comité de Correo Directo; el cual tiene el objetivo el crear a un grupo de trabajo conformado por los principales actores de la industria y desarrollo del Correo Directo en México (Diseñadores, Creativos e Impresores) para promover e incentivar el uso del Correo Directo como un medio Publicitario dentro de la industria de la mercadotecnia, publicidad y comunicación de México; aceptando este honor Correos de México y realizando un primer evento el pasado 05 de septiembre 2014.</i></p>

<p>Comentarios adicionales (opcional) Los comentarios que la institución considere pertinentes, por ejemplo en materia normativa, presupuestal u operativa del compromiso</p>	<p><i>Ninguno.</i></p>
---	------------------------

<p>Propuesta 3</p>	<p><i>Ignacio Caride Director General de Mercado Libre México</i></p> <p><i>“Pero para poder aportar al crecimiento del comercio electrónico es importante que se hagan ciertas cosas o es importante que se tengan muy presentes ciertos puntos, sobre todo de modernización del servicio. Hay una realidad que es un sitio web, Mercado Libre o cualquier otro sitio web que venda un producto pueda hacer las cosas fantástico, puede tener la mejor plataforma, los mejores medios de pago, puede brindar la mejor experiencia al estilo Amazon, que creo que hoy es el benchmark al cual todos apuntamos, podemos prometer un montón de cosas, pero si después el producto llega un día tarde la experiencia se perdió completamente.</i></p> <p><i>Y ese punto, esa mala experiencia queda con el sitio, la gente no le traslada o el cliente no le traslada esa frustración al sistema de Correos, sino a su experiencia de compra en general.</i></p> <p><i>Y para que esto no ocurra, lo que se debe tener es una excelente calidad de servicio donde los tiempos que se prometen sean realistas, sean cumplibles y en el caso que exista algún problema haya una comunicación muy directa con el cliente final, quien va a recibir el producto y con el comercio que vendió el producto, para que todos estemos al tanto de qué es lo que pasa”.</i></p> <p><i>“En realidad es un mix, es un producto que no existe en México, porque con esta tarjeta puedo comprar en Amazon, con esta tarjeta puedo reservar un pasaje de avión o un hotel en Estados Unidos o en China o en donde sea.</i></p> <p><i>Hoy no, porque lo tenemos bloqueado por un tema de seguridad, pero en cuanto tengamos equis cantidad de plásticos en la calle, uno va a poder ir al cajero automático y sacar el dinero.</i></p> <p><i>Entonces, lo que buscamos es la seguridad en la compra online y el branding de la tarjeta es: “Tu tarjeta para comprar en línea”. En realidad manejas una tarjeta cualquiera que paso por cualquier POS y funciona, pero el objetivo es la tarjeta en línea.</i></p> <p><i>Entonces, éste es el tipo de productos que tenemos que tener y que tenemos que distribuir para que el comercio electrónico funcione. Realmente tenemos mucha esperanza con este producto.</i></p> <p><i>Y por último, pero yo digo es pagos, es comercio, la entrega, la capacidad técnica para conectarnos, el tema del pago y la entrega”.</i></p>
---------------------------	---

<p>Respuesta genérica</p>	<p><i>Lic. Yuriria Mascott Pérez</i> <i>Directora General del Servicio Postal Mexicano, Correos de México</i> <i>“Por supuesto coincido contigo, estamos en un momento crucial, o nos alienamos a esta nueva tecnología para poderle servir al mercado o nos quedamos sin ese rumbo hacia donde tenemos la obligación de ir, que es de llegarles a todos los ciudadanos y que los ciudadanos tengan un aliado con el correo, este factor de inclusión.</i> <i>Lo que tocaste de la plataforma, que es el tema que me gustaría tocar más adelante, cómo la ves, como entrar a esa plataforma de Correos como una forma de pago me brincó un poquito, porque Correos es el que recibe el pago, lo que yo tengo entendido es que en el mundo opera que quien recibe el pago es la empresa que consolida y lo que hacen los Correos, pues sí es que se impriman guías en todos los lugares, pero no es el que está recibiendo el pago para la entrega de manera directa a la hora de hacer la compra. Entonces, a lo mejor abundar un poco en este tema para que lo pueda percibir bien.</i> <i>Tienes toda la razón con la cuestión del pago del seguro, de la seguridad, que esa es la línea de negocio de Mexpost, pero hay que abundar en ello, como Correo en sí no tiene estos, bueno, por supuesto que el seguro si lo quieres adquirir lo puedes tener, pero hay que abundar en estos temas que son importantísimos y lo de la guía de impresión cómo visualizas el sistema a la hora de las preguntas, también me gustaría que nos lo abundaras”</i></p> <p>COMPROMISO EN PROCESO.</p>
<p>a. Se suscribe la propuesta</p>	

<p>b. Se suscribe la propuesta parcialmente.</p>	<p><i>Se suscribe la propuesta.</i></p>
<p>c. No se suscribe la propuesta pero se presenta alternativa (compromiso)</p>	
<p>Compromiso de la institución, incluyendo una meta, fecha de cumplimiento y medio de verificación</p>	<p><i>Compromiso: Digitalización y desarrollo de nuevas herramientas y plataformas electrónicas para la modernización de los productos y servicios de SEPOMEX</i></p> <p><i>Fecha: año 2015. Medio de verificación: digitalización de trámites e implementación de plataformas y sistemas.</i></p>
<p>Detalle del compromiso : Explicación del compromiso, es decir, cómo se llevará a cabo</p>	<p><i>Correos de México, dentro de sus objetivos de Reestructuración y Modernización se encuentra el de Diversificar la oferta y calidad de servicios, con respecto a sistemas de pagos nos encontramos con el desarrollo e implementación de la notificación automática para reducir los tiempo de notificación entre el aviso y cobro para eficientar y modernizar los servicios de Giro Postal y Reembolso.</i></p> <p><i>En cuanto a un sistema de entregas Correos de México cuenta con su servicio de mensajería y paquetería exprés MEXPOST, el cual al día de hoy representa una opción para diferentes necesidades de envío a precios asequibles para todo tipo de mercado e industria y con el objetivo de contar con un servicio moderno y asequible, MEXPOST se encuentra en proceso de modernización y pretende desarrollar una plataforma de compra de guías por internet.</i></p>

<p>Comentarios adicionales (opcional) Los comentarios que la institución considere pertinentes, por ejemplo en materia normativa, presupuestal u operativa del compromiso</p>	<p><i>Ninguno.</i></p>
---	------------------------

<p>Propuesta 4</p>	<p><i>Víctor de la Barrera Subdirector de Productos E-Commerce Visa</i></p> <p><i>“Entrando ya en tema de los puntos, hay tres líneas muy interesantes que hay que entender de cómo medir el comercio electrónico en un país: número uno, es la penetración misma del propio internet; número dos, es la penetración bancaria, que ustedes decía, a nivel tema de pagos, y el tema tres, un tema de la oferta comercial.</i></p> <p><i>Si literalmente tenemos un sistema de internet, tenemos medios de pago, pero no tenemos la oferta comercial, adiós, esto no existe. Literalmente es como un huevo y la gallina, qué deberá ser primero.</i></p> <p><i>Pero el comercio electrónico tiene una peculiaridad, yo siempre lo llamo así, para mí comercio electrónico yo lo consolido una palabra: es confianza, porque estamos comprando a una computadora, a una pantalla en donde se puede ver muy bonita, como tú muy bien decías, un look and feel precioso, pero no tenemos ni idea quién está atrás. Y lamentablemente hoy ocurre que hay atrás negocios que no son realmente responsablemente adecuados.</i></p> <p><i>Entonces, hablamos de un tema de confianza y también tocaron aquí, cuando compran por internet ya todo el esquema del clic y del look and feel, etcétera, eso ya todo mundo lo tiene y ya es un commodity para cualquier comercio. Pero, ¿saben cuál es el reto?</i></p> <p><i>Cuando, yo siempre digo que la magia del comercio electrónico empieza cuando el cliente le da “comprar”.</i></p> <p><i>Cuando yo le doy “comprar” empieza la magia, porque el cliente ya no sabe qué pasa. No sabe cuándo hay un proceso de pago, no sabe que atrás hay un proceso de consolidación de producto, etcétera y se la entregan a alguien más. Y también lo comentaron, la última milla es la crucial. ¿Por qué la crucial? Si me llega roto, si me llega en el color diferente, me llega en destiempo o me llega abierto, mató todo el esquema de comprar por internet.</i></p> <p><i>Entonces, en la encuesta de hace dos años, cuando le preguntamos a los usuarios de internet cuál era la preocupación para comprar en internet, decían el tema de medios de pago, “me da miedo compartir mi información financiera y demográfica”, eso a todos nos da temor.</i></p> <p><i>Pero este año nació una segunda razón muy interesante y es el tema del delivery. Me da miedo que me llegue como lo pedí, en el tiempo que lo pedí y que me llegue como debe de estar</i></p> <p><i>Hoy es verdad, es un problemón cuando compro por internet y tengo que devolver el producto. El comercio dice: “Yo me hago responsable de ponértelo, más no me hago responsable de que me regrese”. Entonces, ahí ves al propio usuario, “ahora cómo se lo entrego”. Entonces, yo corro por el cobro, o sea, yo le pago a la mensajería para mandárselo otra vez al negocio y nuevamente el negocio me puede volver a cobrar, y con quién se lo mando, dónde lo mando.</i></p> <p><i>La logística en México para el usuario no es tan sencillo, ¿eh? Aunque vemos en las esquinas tiendas como, llamemos Estafeta, UPS, todo eso, no es fácil porque llego y le digo: “Oye, quiero regresar este producto”, a quién, cuál es tu referencia, etcétera.</i></p> <p><i>Entonces, un reto importante es que, por eso</i></p>
---------------------------	--

<p>Respuesta genérica</p>	<p>Lic. Yuriria Mascott Pérez Directora General del Servicio Postal Mexicano, Correos de México</p> <p><i>“Por supuesto estamos sumamente preocupados por esta generación de confianza que debemos de hacer a nuestros usuarios. Y aquí me voy a brincar un poquito a la parte con la que cerraste, que Correos de México sea una opción más, una opción más. Hay en el mercado gran industria de entrega que hay que fortalecer, a toda la industria de delivery hay que fortalecerla para que puedan entregar y que tengamos todos muchas opciones. Hay quienes pagamos por un servicio más caro, que podría hacer cualquiera de las que dijiste, un DHL, una Estafeta, un UPS, un Fedex, cualquiera de ellas, pero también hay una forma de hacerme de mi producto de una forma más económica y con la misma certeza y seguridad que puede ser un Mexpost o un Correos de México, dentro de Correos de México podemos ofertar el servicio más caro que es el de Mexpost, donde tienes más certeza, más seguridad; no quiere decir que en el otro no lo tengas, pero más exigencia y más cuestión de valor agregado en días, en horas que en un servicio de Correos; el trabajador es el mismo, el sistema es el mismo, pero la exigencia en cuanto a ese valor agregado de mi día y de mi hora, pues sí hay una diferencia entre Mexpost y la parte de Correos. Creo que éste es un tema de industria de la entrega donde tenemos que ir todas las industrias de entrega a aportarle más al ciudadano mexicano. La diferencia con Correos de México es que podamos llegar a los lugares más alejados. Esto tiene un costo muy grande para toda la industria”.</i></p> <p>COMPROMISO EN PROCESO.</p>
<p>a. Se suscribe la propuesta</p>	

<p>b. Se suscribe la propuesta parcialmente.</p>	<p><i>Se suscribe la propuesta.</i></p>
<p>c. No se suscribe la propuesta pero se presenta alternativa (compromiso)</p>	
<p>Compromiso de la institución, incluyendo una meta, fecha de cumplimiento y medio de verificación</p>	<p><i>Compromiso:</i></p> <p><i>Compromiso:</i> <i>Digitalización y desarrollo de nuevas herramientas y plataformas electrónicas para la modernización de los productos y servicios de SEPOMEX</i></p> <p><i>Fecha: año 2015.</i></p> <p><i>Medio de verificación: digitalización de trámites e implementación de plataformas y sistemas.</i></p>
<p>Detalle del compromiso : Explicación del compromiso, es decir, cómo se llevará a cabo</p>	<p><i>Correos de México, dentro de sus objetivos de Reestructuración y Modernización se encuentra el de Diversificar la oferta y calidad de servicios, con respecto a sistemas de pagos nos encontramos con el desarrollo e implementación de la notificación automática para reducir los tiempo de notificación entre el aviso y cobro para eficientar y modernizar los servicios de Giro Postal y Reembolso.</i></p> <p><i>En cuanto a un sistema de entregas Correos de México cuenta con su servicio de mensajería y paquetería exprés MEXPOST, el cual al día de hoy representa una opción para diferentes necesidades de envío a precios asequibles para todo tipo de mercado e industria y con el objetivo de contar con un servicio moderno y asequible, MEXPOST se encuentra en proceso de modernización y pretende desarrollar una plataforma de compra de guías por internet.</i></p>

<p>Comentarios adicionales (opcional) Los comentarios que la institución considere pertinentes, por ejemplo en materia normativa, presupuestal u operativa del compromiso</p>	<p><i>Ninguno.</i></p>
---	------------------------

Propuesta 5

Francisco Zavala

Director IT de Packmail/Unibox.

“Hay una generación, ronda los 20 años que ya nació con internet y que en diez o 15 años o la gente que nació o se educó, que no nació con internet pero se educó desde la primaria con internet está perdiendo el miedo y todo lo que está pasando en este momento de perderle un poco de miedo a poner la tarjeta de crédito va a desaparecer y va ser cosa del pasado.

En ese sentido, con esa base, ¿qué es lo que debería de tener Correos de México de manera de comercio electrónico? Los sitios que esperaría cualquier usuario sería que tuviera seguridad, que tuviera múltiples métodos de pago y sí, múltiples métodos de pago, tarjeta de crédito, tarjetas prepagadas, que también pueda ser, por ejemplo, en las tiendas ocurre pagar ahí su paquete, en las tiendas de conveniencia múltiples, y también necesita múltiples opciones de entrega.

En ese sentido creo que la parte tecnológica que debería de tener Correos de México sería hacer una integración hacia los pequeños sitios web que puede tener cualquier persona en este país y si yo pongo a un, hay un artesano en Oaxaca que quiere vender sus productos y los quiere poner hacia el mundo y hacia México, debería de tener la capacidad el usuario de ese sitio de poder tener fácilmente múltiples métodos de envío, donde yo pueda pagar ese envío, donde me puedan dar todas las opciones de pago para hacer ese envío, con una guía que pueda en ese momento imprimir.

¿En dónde más tiene que estar Correos de México? Hay una oportunidad internacional. En Unibox hemos entendido que hay personas que quieren comprar en Estados Unidos en cualquier parte de los sitios web, en Amazon incluso, y se los traemos.

Para eso también en cuestiones de consolidado, la última milla sería Correos de México”.

<p>Respuesta genérica</p>	<p><i>Lic. Yuriria Mascott Pérez Directora General del Servicio Postal Mexicano, Correos de México</i></p> <p><i>“Fíjate, qué curioso, todos y a eso llegamos a coincidir, empezando por la presentación de Couttolenc, todos traemos una palabra: calidad, certeza, seguridad. Yo creo que ese es el fondo de lo que escuchamos aquí es eso, la seguridad, la certeza de que me va a llegar, de lo que nos están exigiendo estos jóvenes de los que nos hablaba Víctor y que nos estaba mencionando ahorita Francisco.</i></p> <p><i>La parte internacional, por supuesto, por parte de Unibox, que ha estado trabajando. Pero aquí creo que debemos y en la sesión de preguntas y respuestas que no se nos vaya, María Elena, tocar el tema porque he sentido en dos, que a lo mejor lo he percibido mal, que Correos de México tiene que poner en su sitio.]</i></p> <p><i>Yo creo que somos una opción para poner en los sitios, y para eso necesitamos un poco la promoción y ayuda de ustedes, que nos ayuden a poder entrar a esos lugares, a sus agremiados donde tienen, poder ser una opción más para su consumidor, para aquel ciudadano en el que quiere que le entregue a través de Correos de México, tenemos que trabajar en esa parte de la promoción y, por supuesto, en las formas de pago, que será un tema que se tocará ahorita.</i></p> <p><i>La última milla, pues sí, ahí está Correos como una opción y sí, en la última milla, literalmente hablando, pues sí creo que somos la única opción, si hablamos en cuestión de territorio”.</i></p> <p>COMPROMISO EN PROCESO.</p>
<p>a. Se suscribe la propuesta</p>	

<p>b. Se suscribe la propuesta parcialmente.</p>	<p><i>Se suscribe la propuesta.</i></p>
<p>c. No se suscribe la propuesta pero se presenta alternativa (compromiso)</p>	
<p>Compromiso de la institución, incluyendo una meta, fecha de cumplimiento y medio de verificación</p>	<p><i>Compromiso:</i></p> <p><i>Compromiso:</i> <i>Digitalización y desarrollo de nuevas herramientas y plataformas electrónicas para la modernización de los productos y servicios de SEPOMEX</i></p> <p><i>Fecha: año 2015.</i> <i>Medio de verificación: digitalización de trámites e implementación de plataformas y sistemas.</i></p>
<p>Detalle del compromiso : Explicación del compromiso, es decir, cómo se llevará a cabo</p>	<p><i>Correos de México, dentro de sus objetivos de Reestructuración y Modernización se encuentra el de Diversificar la oferta y calidad de servicios, con respecto a sistemas de pagos nos encontramos con el desarrollo e implementación de la notificación automática para reducir los tiempo de notificación entre el aviso y cobro para eficientar y modernizar los servicios de Giro Postal y Reembolso.</i></p>
<p>Comentarios adicionales (opcional) Los comentarios que la institución considere pertinentes, por ejemplo en materia normativa, presupuestal u operativa del compromiso</p>	<p><i>Ninguno.</i></p>