

Programa para un Gobierno Cercano y Moderno Compromiso: Participación Ciudadana

Formato Acción 7.1

Nombre de la institución	Servicio Postal Mexicano
Acrónimo	SEPOMEX

Modalidad de Participación Ciudadana 2015	Ejercicio de Participación Ciudadana
--	--------------------------------------

Periodo 2016 que se reporta	Enero a junio
------------------------------------	---------------

Total de Compromisos / Acuerdos Comprometidos en 2015	
Total	17

Desglose por tipo de estatus	Cantidad (sólo números)
Cumplido	12
En proceso de cumplimiento	5

No.	Compromiso / Acuerdo	Estatus de acuerdo	Liga de publicación en Internet
1	P.1.A) Las Guías Prepagadas disponibles en el mercado, en general no se ajustan de manera adecuada a las necesidades del consumidor/cliente	Cumplido	http://www.correosdemexico.gob.mx/Transparencia/Paginas/ParticipacionCiudadana.aspx
2	P.1.B) Las guías prepagadas son muy específicas y rígidas; la gran cantidad de los envíos no tienen las mismas características, entonces el uso de guías Prepagadas no es tan conveniente.	Cumplido	http://www.correosdemexico.gob.mx/Transparencia/Paginas/ParticipacionCiudadana.aspx
3	P.1.C) Que las guías sean fáciles de utilizar y llenar	En proceso de cumplimiento	http://www.correosdemexico.gob.mx/Transparencia/Paginas/ParticipacionCiudadana.aspx
4	P.1.D) Los clientes deben recibir una buena atención en ventanilla ya que de lo contrario, es poco probable que los clientes vuelvan a utilizar el servicio.	Cumplido	http://www.correosdemexico.gob.mx/Transparencia/Paginas/ParticipacionCiudadana.aspx
5	P.1.E) Se requieren diferentes tipos de guías que cubran diferentes necesidades de envíos de acuerdo al volumen y peso del envío	En proceso de cumplimiento	http://www.correosdemexico.gob.mx/Transparencia/Paginas/ParticipacionCiudadana.aspx
6	P.1.F) Notificar vía correo electrónico o celular de la recolección y envío de las mercancías.	Cumplido	http://www.correosdemexico.gob.mx/Transparencia/Paginas/ParticipacionCiudadana.aspx
7	P.1.G) Rastreo y estatus del envío en tiempo real del envío.	Cumplido	http://www.correosdemexico.gob.mx/Transparencia/Paginas/ParticipacionCiudadana.aspx
8	P.1.H) La llegada del producto que se haga en los tiempos establecidos.	Cumplido	http://www.correosdemexico.gob.mx/Transparencia/Paginas/ParticipacionCiudadana.aspx
9	P.1.I) Que los envíos lleguen en el tiempo pactado y estos lleguen en óptimas condiciones	Cumplido	http://www.correosdemexico.gob.mx/Transparencia/Paginas/ParticipacionCiudadana.aspx
10	P.2.A) El servicio de guías pre pagadas no ofrece una cobertura internacional, lo que resulta de interés para PYMES exportadoras	Cumplido	http://www.correosdemexico.gob.mx/Transparencia/Paginas/ParticipacionCiudadana.aspx

Programa para un Gobierno Cercano y Moderno Compromiso: Participación Ciudadana

Formato Acción 7.1

Nombre de la institución	Servicio Postal Mexicano
Acrónimo	SEPOMEX

Modalidad de Participación Ciudadana 2015	Ejercicio de Participación Ciudadana
--	--------------------------------------

Periodo 2016 que se reporta	Enero a junio
------------------------------------	---------------

Total de Compromisos / Acuerdos Comprometidos en 2015	
Total	17

Desglose por tipo de estatus	Cantidad (sólo números)
Cumplido	12
En proceso de cumplimiento	5

No.	Compromiso / Acuerdo	Estatus de acuerdo	Liga de publicación en Internet
11	P.2.B) Homologar la forma de pago en todas las oficinas postales, no todas cuentan con la capacidad de poder realizar el pago de acuerdo a las opciones señaladas en el documento.	Cumplido	http://www.correosdemexico.gob.mx/Transparencia/Paginas/ParticipacionCiudadana.aspx
12	P.2.C) Que este servicio incluya un seguro de contenido.	Cumplido	http://www.correosdemexico.gob.mx/Transparencia/Paginas/ParticipacionCiudadana.aspx
13	P.2.D) Reducir el tiempo de entrega a 5 días hábiles y aumentar el peso a 5 Kgs.	En proceso de cumplimiento	http://www.correosdemexico.gob.mx/Transparencia/Paginas/ParticipacionCiudadana.aspx
14	P.3.A) Que cuenten con el servicio de recolección.	Cumplido	http://www.correosdemexico.gob.mx/Transparencia/Paginas/ParticipacionCiudadana.aspx
15	P.3.B) Se deben abrir más opciones de hasta 5 Kgs., como lo hacen la mayoría de empresas de mensajería.	En proceso de cumplimiento	http://www.correosdemexico.gob.mx/Transparencia/Paginas/ParticipacionCiudadana.aspx
16	P.3.C) En la impresión de las guías también se debe incluir el destinatario, como se hacía anteriormente.	Cumplido	http://www.correosdemexico.gob.mx/Transparencia/Paginas/ParticipacionCiudadana.aspx
17	P.3.D) Más facilidad en el llenado de sus guías, para permitir incluir los datos necesarios del destinatario	En proceso de cumplimiento	http://www.correosdemexico.gob.mx/Transparencia/Paginas/ParticipacionCiudadana.aspx

Nota: En relación a los puntos 6, 8, 9, 10, 11 y 14 no se suscribió propuesta

Ejercicio de Participación Ciudadana 2015

|

Evento

Lugar y Fecha: 14 de Agosto de 2015, Palacio Postal, 2do. Piso.
Sala: Bartolomé Gallotti

Horario: 10:00 hrs.

Tema del Ejercicio: “Guías Prepagadas Mexpost”, Servicio de Correos de México.

Listado de participantes en el evento del Ejercicio de Participación Ciudadana 2015

Actores Sociales		
Nombre	Cargo	Empresa
Carlos Alberto Álvarez Cárdenas	Jefe de Departamento	Instituto Nacional del Emprendedor (INADEM)
Pablo Rena	Director de Logística en Start Up México y CEO en Mayoreo Total	Startup México / Mayoreo Total
Luis Tomás Pierre Ramírez*	Producción Editorial	Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (ANUIES)

**No asistió al evento, sin embargo envió propuesta por Correo Electrónico.*

Funcionarios Servicio Postal Mexicano

Nombre	Cargo
Luis Turriza Cuevas	Director Corporativo Comercial
Marcela Ontiveros Franco	Subdirectora de Desarrollo Comercial
Lina Marcela González Gallón	Encargada de la Subdirección de Mexpost
Alfredo del Salvador Medellín Cabrera	Subdirector Jurídico
Alejandro José Molina Monroy	Encargado de la Subdirección de Desarrollo Estratégico.
Francisco González Hernández	Representante del Órgano Interno de Control en el SEPOMEX

Propuestas de los actores sociales

Propuesta 1. Mayoreo Total, Start Up México. En su calidad de Experto



1. ¿Cuál es la solución que busca el cliente a través de las Guías Prepagadas?

La solución que el cliente busca es la sencillez, eficiencia y un costo de servicio. Pero realmente lo que el cliente busca con este servicio es la comodidad de saber que sus productos llegarán en buen estado y a tiempo al destino. Que podrá dejar de preocuparse por el envío y/o logística de sus productos para poder concentrarse en su negocio de utilizar el servicio.

2. ¿Qué necesidades de los clientes no están cubiertas por el servicio que ofrecen?

En la gran mayoría de las ocasiones las soluciones de Guías Prepagadas no se ajustan de manera adecuada a las necesidades del consumidor/cliente ya que en algunas ocasiones para poder tener acceso a ellas (y a un precio adecuado) se tiene que comprar en un inicio un volumen considerable de ellas alrededor de 100 guías que para un emprendedor/pyme que apenas comienza enviar productos un desembolso de \$14,000-\$17,000 sin duda alguna lo pone en una situación complicada.

En muchas de las ocasiones el volumen/peso de las guías prepagadas son muy específicas y rígidas pero en la gran cantidad de los envíos del emprendedor/pyme no tienen las mismas características entonces el uso de guías Prepagadas no es tan conveniente.

3. ¿Qué papel juegan la oferta y funcionamiento de las Guías Prepagadas los siguientes elementos?

a. Innovación tecnológica: La tecnología hoy en día nos permite ser más eficientes en el manejo de la información además de reducir de tiempos y movimientos en diferentes aspectos de nuestra vida. En cuanto el servicio de mensajería nos ha permitido tener una gran ventaja como usuarios ya que los jugadores internacionales invierten una gran cantidad de recursos en la optimización y mejoramiento de sus procesos y plataforma. Aspectos como la automatización de los centros de distribución, lectores de códigos de barras para determinar la ruta y el rastreo en tiempo real del paquete permiten al cliente tener una seguridad que el paquete llegara a destino además de hacer más económico el servicio lo que beneficia directamente al cliente.

b. Cobertura: México es un país que la logística en algunos puntos es un poco compleja por ejemplo: enviar un contenedor de China al puerto de Manzanillo cuesta lo mismo que enviarlo de Ciudad de México a los Ángeles. Una por la configuración geográfica de nuestro país e infraestructura carretera del país (en los últimos años hemos visto una actualización en un gran número de carreteras del país)

por lo cual no hay ningún proveedor de logística/paquetería que tenga una cobertura al 100% con buenos tiempos de entrega en todo el territorio nacional por lo cual un emprendedor/Pyme tiene que decidir entre 5-6 paqueterías/mensajerías distintas cual es la más conveniente para enviar determinado paquete. Este tipo de situaciones son un freno al desarrollo de estas empresas porque destinan una gran cantidad de tiempo y recursos en el análisis de que proveedor es el más adecuado dependiendo a donde se envía el producto o envió.

c. Velocidad de entrega: El usuario final cada vez es más exigente en cuanto al tiempo de entrega de su producto o envió hace unos pocos años el usuario final podía esperar una o dos semanas para que recibiera el envió en su domicilio sin embargo hoy en día los grandes jugadores del mercado UPS, DHL, FedEx por mencionar algunos elevaron la barra en cuanto a servicio al cliente y tiempos de entrega ya que cuentan con una infraestructura muy desarrollada y procesos muy establecidos por lo cual permiten enviar productos/envió a un porcentaje alto de todo el territorio nacional en no más de 48 horas.

Con esta situación el cliente final asume que todos los pedidos/envíos de cualquier proveedor llegarán en un tiempo similar.

d. Precio de venta: Los emprendedores/Pymes muchas de las ocasiones no realizan un estudio o análisis adecuado de cuanto les cuesta desarrollar y vender su producto lo que los márgenes no son los más adecuados por lo cual el incremento del envió de sus productos puede afectar de gran manera la rentabilidad del negocio por lo que algunos de los emprendedores/pymes no están interesados en enviar sus productos a otras entidades del país. Dado lo anterior se considera que correos de México tiene una gran oportunidad de poder captar este mercado el cuál no es tan interesante y/o relevante para los grandes jugadores internacionales.

e. Amigabilidad con el usuario: El cliente está acostumbrado a un nivel de servicio alto en esta industria por lo cual es importante contar con protocolos de servicio al cliente adecuados para poder hacerle frente a cualquier pregunta o necesidad de nuestros clientes ya que si el producto no llega, llega roto o llega muy tarde afecta de gran manera al emprendedor/pyme que incluso perderá la venta con el cliente final. Las guías deben de ser fácil de utilizar y llenar ya que estos usuarios (emprendedores/pymes) no siempre están familiarizados con las guías prepagadas.

f. Calidad en la recepción, traslado y entrega de envíos:

Este es un punto medular del negocio de las guías prepagadas. El proceso de recepción de mercancía es primordial, los clientes deben recibir una buena atención en ventanilla al realizar este proceso ya que de lo contrario, es poco probable que vuelvan a utilizar el servicio.

El traslado del producto o paquete debe de realizarse con mucho cuidado ya que el cliente que envía el pedido y el que lo recibe espera que el producto llegue en perfectas condiciones a su destino.

Que la entrega se haga en el tiempo establecido, es decir, si la oferta del servicio son 24 horas... entonces que en realidad sean 24 horas el tiempo de entrega, si son 3 días... entonces que la entrega se realice en 3 días.

4. ¿Cuáles son las características esenciales que debe de poseer un proveedor de servicios de logística que ofrece guías Prepagadas?

- Diferentes tipos de guías que cubran diferentes necesidades de envíos de acuerdo al volumen y peso del envió.

- Notificaciones vía correo electrónico o celular de la recolección y envío de las mercancías.
- Rastreo y estatus del envío en tiempo real del envío.
- Que la llegada del producto se haga en los tiempos establecidos.

5. ¿Qué elementos destacan a correos de México dentro del mercado de mensajería y Paquetería nacional?

Es una de las empresas más reconocidas en México y tienen gran cobertura sin embargo durante muchos años no ha actualizado sus medios de operación por lo cual muchos de su competidores UPS, DHL, FedEx tomaron provecho de la situación para ganar puntos de participación del mercado Mexicano.

6. ¿Qué retos enfrenta Correos de México dentro del mercado de mensajería y paquetería nacional?

El principal reto de correos de México es recuperar la confianza del cliente ya que el servicio que daban hace algunos años no era muy conveniente y el arribo de los paquetes/cartas era muy tardado por lo cual los usuarios dejaron de utilizar el servicio.

Pero considero que con este cambio de visión, mejoramiento de infraestructura y actualización tecnológica Correos de México tiene la oportunidad de renacer y convertirse en el proveedor de preferencia para los mexicanos. Lo importante es que brinden un buen servicio, los precios sean competitivos (más bajos que la competencia directa), los envíos lleguen en el tiempo pactado y estos lleguen en óptimas condiciones. Si correos de México hace un buen trabajo será factible que recupere puntos de participación en el mercado Mexicano.

7. ¿Cuál es el futuro de las guías Prepagadas, cuales es la innovación que demandara el mercado y cuál será el perfil del consumidor?

El futuro de las guías en México se podría alinear con el crecimiento del comercio electrónico en México, por lo cual se considera que Correos de México debería desarrollar soluciones específicas para retailers digitales o híbridos (Liverpool, Amazon, Linio, Petsy, Wal-Mart, Clickonero, etc.)

Pablo Rena
CEO & FOUNDER

Propuesta 2. Instituto Nacional del Emprendedor, INADEM. En su calidad de Experto.



INADEM
INSTITUTO NACIONAL DEL EMPRENDEDOR

1. ¿Cuál es la solución que busca el cliente a través de las guías pre pagadas?

Para los emprendedores o empresarios, en donde su oferta es a nivel nacional, posiblemente las guías Prepagadas sean un medio para poder llegar a más clientes y/o cubrir su demanda de oferta de manera eficiente y a menor costo.

2. ¿Qué necesidades de los clientes no están cubiertas por el servicio que ofrecen las Guías pre pagadas del mercado?

Para aquellos empresarios que su oferta va más allá del territorio nacional, este servicio de guías pre pagadas no les ofrece una cobertura internacional, lo cual valdría la pena explorar con los homólogos cuál es el mecanismo que utilizan y para ofrecer un servicio similar que pueda cubrir estas necesidades.

Homologar la forma de pago en todas las oficinas postales, ya que no todas cuentan con la capacidad de poder realizar el pago de acuerdo a las opciones señaladas en el documento.

Es indispensable para que el empresario vea atractivo este servicio, se incluya un seguro de contenido, con ello este tendrá la certeza de que su mercancía o envío no sufrirá daños, o si se extravía podrá reponer la cantidad invertida.

El servicio de guías pre pagadas pudiera ser más eficiente si se reduce el tiempo de entrega a 5 días hábiles y aumentar el peso a 5 kg.

3. Qué papel juegan en la oferta y funcionamiento de las Guías Prepagadas los siguientes elementos:

a. Innovación tecnológica. El ponerse a la vanguardia a través de la tecnología seguramente garantizará que este servicio se convierta en una herramienta indispensable, así como un canal esencial de distribución entre los empresarios.

b. Cobertura. El alcance que tiene Correos de México en el país (94% de cobertura) es algo que logra beneficiar a los empresarios.

c. Velocidad de entrega. Es el elemento fundamental en este tipo de servicios ya que existen otros medios para poder realizar la entrega de manera eficaz.

d. Precio de venta. Deberá de ser accesible y atractivo para que los costos de transporte no aumenten de manera considerable el precio final de las mercancías de estos consumidores.

e. Amigabilidad con el usuario. Las guías pre pagadas deberán ser un servicio que cuente con las herramientas idóneas para que el empresario se sienta seguro de acceder a ellas.

f. Calidad en la recepción, traslado y entrega de envíos. El programa de guías pre pagadas tendrá mayor demanda si logran cumplir con estos tres elementos.

4. ¿Cuáles son las características esenciales que debe poseer un proveedor de servicios de logística que ofrece Guías Pre pagadas?

Conocer cuáles serán las líneas de distribución y los tiempos de entrega.

5. ¿Qué elementos destacan a Correos de México dentro del mercado de mensajería y paquetería nacional?

Experiencia que tiene Correos de México para el envío mensajería y paquetería y que su alcance nacional ha aumentado con la presencia de más oficinas en todo el territorio nacional.

6. ¿Qué retos enfrenta Correos de México dentro del mercado de mensajería y paquetería nacional?

Competencia en el mercado con mayor rapidez de entrega, los medio electrónicos que ya son un medio para la mensajería y que cada vez existen más competidores que cuentan con un nivel de innovación y tecnológico más desarrollado.

7. ¿Cuál es el futuro de las Guías Prepagadas? ¿Cuál es la innovación que demandará el mercado? ¿Cuál será el perfil del consumidor?

Las guías pre pagadas pudieran ser una herramienta muy útil si se desarrollan de manera adecuada ya que está respaldado por la tecnología y la información, sin embargo nunca debería perder la calidad de entrega.

Posiblemente en un futuro el mercado potencial será a través del e-commerce en donde Correos de México tendrá que buscar el crecimiento como medio de entrega principal en este nuevo mercado.

El perfil del usuario será: nivel básico o avanzado de la utilización de las tecnologías de la información, por lo que este servicio tendría que adaptarse y ofertar envíos electrónicos.

Carlos Alberto Álvarez Cárdenas
Jefe de Departamento

Propuesta 3. Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior, ANUIES. En su calidad de usuario.



Asociación Nacional de Universidades
e Instituciones de Educación Superior
Al servicio y fortalecimiento de la educación superior.

De acuerdo a la experiencia de usuario de servicio, ANUIES externó su opinión de manera general del servicio ahondando en los puntos específicos que se detallan a continuación:

- A. Me parece importante que ya por fin Correos de México reactive el servicio de Guías prepagadas, para los que tenemos necesidad de enviar paquetería mayor a los 2Kg.
- B. Me extraña que ya no cuenten con la recolección que puntualmente si daban este servicio,
- C. Me agrada la posibilidad de incluir un descuento según por la cantidad de guías a comprar, definitivamente se debe abrir ya más opciones y no solo de 3kg definitivamente la opción de hasta 5Kg sería la ideal, como lo hacen la mayoría de empresas de mensajería.
- D. Mencionan que pueden imprimir en las guías el remitente, en compra masiva también se debe incluir el destinatario como se hacía anteriormente.
- E. Dar más facilidad en sus guías ya que no permite llenar con los datos necesarios del destinatario.
- F. Es muy importante tener la seguridad de que el envío llegó a su destinatario, por lo cual considero muy importante tener el acuse y saber quien recibió mencionado envío. Definitivamente por lo menos deben emparejar las opciones que el mercado está ofreciendo.

Luis Tomás Pierre
Producción Editorial