



El Servicio Postal se mete al negocio de paquetería y logística para sobrevivir

ROBERTO VALADEZ, CDMX

— Rocío Bárcena, directora de Sepomex, anuncia la nueva división Correos Clic que abre con envío de artesanías. PAG.16

Sepomex lanzará Correos Clic y va por *e-commerce*

Logística. El 28 de febrero se presentarán imagen, marca y vocación de la nueva división de la empresa estatal para ir por el mercado de entregas de venta *online*

ROBERTO VALADEZ
CIUDAD DE MÉXICO

El cartero está quedando atrás. La baja demanda de envíos de cartas está llevando al Servicio Postal Mexicano (Sepomex) hacia un nuevo modelo de negocio que presentará el próximo miércoles con Correos Clic, plataforma digital de logística nacional e internacional para la entrega de productos.

En entrevista con MILENIO, Rocío Bárcena Molina, directora general del servicio postal más antiguo del país —nació en 1580—, reveló que será el 28 de febrero que se presentará la imagen, marca y vocación de la nueva división de la empresa estatal.

“Nos tenemos que modernizar o vamos a sucumbir ante de las empresas privadas, porque

ellas tienen todo el apoyo económico. Nuestro objetivo es revivir y transformar a esta empresa del Estado”, explicó.

Esto no quiere decir que Sepomex deje de existir, sino que complementará el resto de servicios que oferta; la funcionaria adelantó que en primera instancia abrirá una página web de su plataforma de logística, en la que las personas en el extranjero podrán adquirir todo tipo de artesanías o productos mexicanos.

Menos cartas

Según el programa institucional de Sepomex, en los últimos años a escala global el porcentaje de ingresos vinculados a la entrega de cartas se redujo 8 por ciento, mientras que paquetería y servicios logísticos subió 14 por ciento.

“Esta tendencia continuará haciéndose más clara en el tiempo, con un crecimiento sostenido de los ingresos vinculados a paquetería y servicios logísticos. Se estima que para 2040, 95 por ciento de las compras se realizarán en línea”, expuso Rocío Bárcena.

Actualmente el organismo gubernamental cuenta con 12 mil 600 trabajadores en 32 gerencias estatales, mil 300 inmuebles y más de 6 mil 600 vehículos.

En México, de manera similar a lo que ocurre en el resto del mundo, se aprecia una recomposición de los envíos, mientras la correspondencia tradicional bajó de manera significativa, se aprecia un incremento en paquetería.

Rocío Bárcena contó que también trabajan en tener espacios tipo lockers en diferentes partes



del país, para que ahí las personas puedan recoger sus paquetes.

La funcionaria remarcó que Sepomex nunca va a abandonar su servicio de correspondencia, porque es su origen.

Comercio de artesanías

Rocío Bárcena especificó que para poder comercializar este tipo de artículos se asociaron con el Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías (Fonart) y diferentes asociaciones de pueblos originarios; sin embargo, esto solo es la primera etapa, la idea es sumar más productos de manufactura mexicana, no solo este tipo de artículos.

“En estos momentos estamos trabajando para ajustar todos los procesos de pagos para que no haya problema por compras en el extranjero”, contó la funcionaria.

Explicó que los productos

que se comercialicen en su portal podrán llegar al extranjero por los convenios con los que cuentan con diversas aerolíneas comerciales, que harán llegar el producto hasta el país donde se compró y una vez ahí, el servicio local lo llevará a su destino.

Para la distribución internacional se apoyarán en los acuerdos firmados con la Unión Postal Universal, con sede en Berna, Suiza, que hoy es una agencia de la Organización de las Naciones Unidas, pero que antecede a ésta pues se fundó en 1874 y es la segunda organización global más antigua del mundo.

Con 192 países miembros, la Unión es el mayor foro de cooperación entre agencias postales, que garantiza una red “verdaderamente universal” de servicios de entrega actualizados. —