



UNIVERSIDAD DE CHILE
Facultad Economía y Negocios
Escuela de Economía y Administración

OUTSOURCING COMO RESPUESTA AL CONTROL DE GESTION EN EL DESEMPEÑO DE LOS SERVICIOS POSTALES

Seminario para optar al título de Ingeniero Comercial
Mención Administración

INTREGRANTE
Adolfo Hormazábal Marchant

PROFESOR GUIA
Pablo Tapia Griñen

Santiago, Chile
2010

Agradecimientos

Agradezco a mi familia, mi abuelo y a mi polola Camila por todo el apoyo brindado. Al profesor Pablo Tapia por el tiempo dedicado en este trabajo y a todas las personas que colaboraron en su realización, en especial mi primo J.P. y los amigos carteros.

Adolfo H.

Abstracto

El siguiente estudio presenta una propuesta para el control de gestión en la distribución de correspondencia nacional, incentivar la mejora continua en la calidad de este servicio, compatibilizando los intereses de los usuarios de servicios postales con los servicios de correos y formalizar la oferta postal.

Hay usuarios que están insatisfechos con el servicio de correo, al verse expuestos a fallas en la entrega de correspondencia, causadas principalmente por la falta de regulación de las actividades de los operadores postales y por la aparición de correos informales.

Se propone, la creación de un agente de control postal independiente, encargado de monitorear a los operadores postales y de otorgar certificaciones, con respaldo estatal, a aquellas instituciones que deseen operar como distribuidores de correspondencia a nivel nacional, presentándose un conjunto de medidas que podrán apoyar el funcionamiento del agente regulador.

Con esto se busca proteger los intereses de los usuarios, monitorear el desempeño de los operadores postales en la entrega de correo, y evitar sustentar operaciones de correos informales, que pueden perjudicar a los usuarios de servicios postales y sus relaciones comerciales con las empresas de servicios.

La propuesta de creación de un agente de control postal en Chile, está basada en la experiencia internacional, en países como Reino Unido y Ecuador, que señala que es posible formalizar la oferta postal y mejorar el nivel de satisfacción de los usuarios postales, gracias a la certificación de sus actividades.

Tabla de contenido

Agradecimientos	2
Abstracto.....	3
Índice de tablas y figuras	5
1. Introducción	6
2. Distribución postal en Chile.....	8
3. Propuesta para el control del desempeño del servicio postal	12
3.1 Metodología	15
3.2 Acerca de los usuarios y el servicio postal que reciben.....	16
3.3 Principales resultados	24
4. Conclusión.....	27
Anexos	30
Bibliografía.....	42

Índice de tablas y figuras

Tablas:

Tabla 1: Características de la muestra	15
Tabla 2: Recolección de correspondencia según tipo de vivienda (casas y edificios)	16
Tabla 3: Problemas en la entrega de correspondencia de usuarios.....	19
Tabla 4: Problemas en la entrega de correspondencia según frecuencia de ocurrencia	20
Tabla 5: Reclamos de usuarios debido a problemas en la entrega de correspondencia	20
Tabla 6: Usuarios con molestias con el servicio que entrega el cartero	21
Tabla 7: Principales molestias con el servicio entregado por el cartero.....	22
Tabla 8: Acuerdo entre los usuarios con el pago por conducción	22
Tabla 9: Importancia de atributos en la entrega de correspondencia	23
Tabla 10: Disposición a pagar por conducción de envíos	24
Tabla 11: ¿A quién le presentaría sus reclamos, si tuviese problemas en la entrega de correspondencia?	35
Tabla 12: Acciones a realizar por los usuarios al recibir correspondencia no perteneciente al domicilio.....	35
Tabla 13: Envíos postales nacionales estándar y certificados (2000-2008)	38

Figuras:

Figura 1: Marco de acción del agente postal	12
Figura 2: Uso de Internet para el pago de cuentas por parte de usuarios postales	17
Figura 3: Distribución de los envíos postales recibidos en el domicilio	18
Figura 4: Nivel de satisfacción de los usuarios de servicios postales	18
Figura 5: Proporción de fallas en la entrega de correspondencia.....	21
Figura 6: Percepción de frecuencia del horario de entrega de correspondencia	35
Figura 7: Correspondencia anual por tipo de envío postal	38
Figura 8: Empresas postales operativas (2001-2008).....	39
Figura 9: Carta timbrada de operador público.....	40
Figura 10: Carta tipo propuesta con timbre y etiqueta de información al cliente	40
Figura 11: Guía de distribución correspondiente a carta certificada	41

1. Introducción

El siguiente estudio presenta una propuesta para el control de gestión en la distribución de correspondencia nacional, y así incentivar la mejora continua en la calidad de este servicio. La idea es compatibilizar los intereses de los usuarios del servicio postal con los servicios de correos, formalizando la oferta postal, dado que este mercado ha sido escasamente monitoreado en el desempeño de sus funciones.

Actualmente, los correos de naturaleza pública y privada operan en un mercado postal con ingresos por una cifra cercana a los \$190 mil millones de pesos¹, en el que se realizan anualmente 225 millones de envíos². De aquí, surgen las siguientes interrogantes: ¿Cuántos de estos envíos llegan en forma efectiva a su respectivo destino? ¿Está claro quién es el responsable por los envíos a los usuarios? ¿Existen pérdidas en la entrega de correspondencia? ¿Cómo pueden afectar estas pérdidas? ¿Qué se debe esperar y exigir a un servicio postal?

Estas preguntas no han tenido respuestas concretas, en las que sea posible conocer el desempeño de los operadores postales y si éste responde a la confianza y a las expectativas que tienen los usuarios sobre ellos. Por ende, se considera importante contar con un monitoreo del nivel de desempeño de este servicio que dé respuesta a las preguntas anteriormente planteadas.

Otra importante finalidad del control de la gestión de distribución, es la protección del usuario, tanto para quienes envían correspondencia como para quienes la reciben. Al mencionar protección del usuario, se hace referencia a dos aspectos importantes.

Uno de estos aspectos es que la información contenida en la correspondencia es de carácter confidencial. Por ejemplo, en el estado de cuenta de una tarjeta de crédito es posible encontrar datos como: cupo de compra, dónde, cuánto, y en qué lugar compra, asociado a nombre, RUT³, dirección y comuna, exponiendo al propietario del estado de cuenta al

¹ Según cifras del Informe de Gestión 2007. (Correos de Chile, 2007)

² Datos obtenidos del Informe Anual Transporte y Telecomunicaciones 2008. (Instituto Nacional de Estadísticas, 2008)

³ Número de identificación nacional utilizado en Chile y se denomina Rol Único Tributario (RUT).

riesgo de uso malicioso que pudiesen darle terceras personas a los datos del envío en cuestión.

Otro aspecto, tiene relación con la posibilidad de hacer valer los reclamos de usuarios que reciben correspondencia y que se ven expuestos a la entrega de un mal servicio postal por parte de los operadores de correo.

Actualmente, no se cuenta con un conocimiento formal de los operadores postales responsables por fallas en las entregas de correspondencia. Si bien, la ley⁴ es clara respecto a la inviolabilidad del secreto postal, en caso de existir errores en la entrega, ello no asegura que los usuarios estén libres de este riesgo.

Es importante contar con una herramienta que permita monitorear el funcionamiento de estas empresas, para discriminar a los operadores que no cumplen responsablemente su labor de entregar un buen servicio postal a la ciudadanía, de quienes no caen en estas malas prácticas. De esta forma, es posible la implementación de futuras acciones que puedan dar asistencia a todos los agentes involucrados en el proceso de distribución de correspondencia.

Ya en el año 2001, se contabilizaron 100 operadores en el país, lo que se traduce en un gran aumento de la competencia y presión para el operador postal estatal. Sin embargo, muchas de estas empresas operan con un carácter informal, en el que entran y salen del mercado con relativa facilidad, según las oportunidades o adversidades a los que estos se vean enfrentados, afectando la calidad global del sistema. A modo de ejemplo, entre los años 2007 y 2008⁵, dejaron de efectuar operaciones un tercio de las empresas dedicadas a la distribución de correspondencia, por efecto de las caídas en los volúmenes de envíos.

Si bien, en la actualidad se aplica la encuesta mensual de correos, realizada por el Instituto Nacional de Estadísticas (INE), en la que es posible tener un registro de cuáles son las empresas que operan en el país, ingresos mensuales y número de envíos realizados, no es posible deducir el porcentaje de envíos realizados de forma efectiva y oportuna, y el porcentaje de envíos que no cumplen estas características. Tampoco es posible tener una

⁴ Se hace referencia al Decreto n° 394 en su artículo n°3, Inviolabilidad de la Correspondencia, de 22 de Enero de 1957, Reglamento para el Servicio de Correspondencia. (Correos de Chile).

⁵ Datos del obtenidos del Instituto Nacional de Estadísticas (INE), 2007 y 2008

cuantificación de la satisfacción con el servicio recibido por parte de los clientes del servicio y usuarios que reciben correspondencia.

Es por esto que, el control de gestión en el servicio de distribución postal aplicada a los operadores de correo, entregaría una visión más clara, tanto del desempeño, como de la eficiencia con la que realizan sus actividades.

2. Distribución postal en Chile

El Informe Anual de Transportes y Telecomunicaciones 2008 totaliza 69 operadores postales⁶ a nivel nacional, los cuales corresponden a: Correos de Chile⁷ como empresa postal pública y 68 operadores postales privados entre los que destacan por participación de mercado en volumen de cartas: ChilePost (11%), WSP (5%) y Envía (2%), entre otras⁸.

Correos de Chile, es considerado el líder de mercado con un 75% de participación de mercado frente a los otros operadores en conjunto, no obstante, producto de la fuerte competencia presentó una disminución de 5% en su participación, en comparación al 80% del año 2008. Esta competencia aumenta su intensidad, al considerar que es un mercado en fase de madurez con un crecimiento que alcanza sólo el 4% anual⁹ y se espera que disminuya debido a la introducción de internet¹⁰.

La fuerte competencia entre el correo público y los correos privados se centra principalmente en las zonas urbanas más pobladas, como la Región Metropolitana, que concentra aproximadamente 89% de los envíos de correo a nivel nacional¹¹, Concepción (Concepción, Talcahuano y San Pedro) y Valparaíso (Valparaíso y Viña del Mar). En el caso de las zonas rurales, el correo público es el que mantiene cobertura completa, por mandato de su misión corporativa.

⁶ Datos del Informe Anual Transporte y Telecomunicaciones 2001 y 2008. (Instituto Nacional de Estadísticas, 2001).

⁷ Mediante el DFL n°10 (artículo n°1), publicado el 30 de Enero de 1982, se crea Correos de Chile, empresa estatal autónoma, que reemplaza al anterior Servicio de Correos y Telégrafos en sus funciones de proveer servicio postal. (Gobierno de Chile).

⁸ Según datos obtenidos de Reforma y Modernización del Sector Postal en Chile (Lagos, 2003).

⁹ Según datos de Memoria Anual 2008 (Correos de Chile, 2008) y Memoria Anual 2009 (Correos de Chile, 2009).

¹⁰ Seminario Regional Conjunto sobre el Diálogo Social en los Servicios de Correos en América Latina. (Organización Internacional de Trabajo, 2003)

¹¹ Según datos obtenidos del Informe Anual Transporte y Telecomunicaciones 2008, (Instituto Nacional de Estadísticas, 2008).

Este mercado es sensible a los niveles de actividad económica, al crecimiento demográfico, el nivel de educación, a cambios en las condiciones laborales y tecnológicas.

La demanda postal se sostiene por los envíos realizados por las empresas del sector financiero, retail, AFP, servicios básicos, entre otros. Actualmente, el 97%¹² de la distribución de correspondencia es generado por empresas, los cuales incluyen facturación de servicios, información financiera, estados de cuenta y correo directo, forma de publicidad utilizada principalmente por los servicios financieros.

La demanda presenta un comportamiento cíclico que se encuentra en fase con el ciclo económico de la economía, dado que dependerá del nivel de actividad de su principal componente, el sector empresas.

Durante el período 2003-2007, el negocio postal en Chile experimentó una etapa de crecimiento con respecto al volumen de correspondencia, llegando a contabilizarse durante el año 2008, un volumen de 225 millones de envíos, lo que se tradujo para la industria en ingresos por \$191.094 millones de pesos¹³. Este crecimiento, en el volumen de distribución, coincide con el buen ciclo económico que atravesaba el país durante ese período, reflejado en el aumento del número de tarjetas de crédito.

Los servicios postales ofrecidos en este mercado, excluyendo los envíos internacionales, pueden clasificarse en: distribución de cartas estándar o corrientes y distribución de cartas certificadas. La diferencia entre estos dos servicios, radica en que el servicio de distribución certificado existe una constancia de recepción y seguimiento del envío¹⁴.

En el año 2008, el volumen de envíos estándar representó el 67% de los envíos postales nacionales, con una cifra cercana a los 152 millones de envíos, mientras que el volumen de envíos certificados representó un 33% con una cifra cercana a los 74 millones de envíos. Ambos tipos de envíos registraron crecimiento en su volumen de 4% entre los años 2000-2008¹⁵.

¹² Estimado en base a cifras de Correos de Chile de 2008, excluidos envíos internacionales. (Correos de Chile, 2009)

¹³ Datos obtenidos del Informe Anual Transporte y Telecomunicaciones 2008, (Instituto Nacional de Estadísticas, 2008).

¹⁴ Definiciones de productos obtenidas del Manual de Cartero. (Correos de Chile, 2007)

¹⁵ Recopilación de datos de Anuario de Transportes y Telecomunicaciones (2000-2008) (Instituto Nacional de Estadísticas, 2008)

Los precios del servicio de distribución postal público son rígidos, ya que son fijados mediante procesos tarifarios¹⁶. En el caso de los operadores privados, éstos tienen libertad para acordar sus tarifas entre las partes interesadas¹⁷, lo que le permite fijar precios más competitivos, convirtiéndose en una alternativa más económica, en especial, en los períodos en los que las empresas se ven en la necesidad de reducir costos por conceptos de envíos de cartas.

El correo público se caracteriza por contar con una gran dotación de personal para efectuar la labor de distribución en terreno¹⁸, lo que ayuda a una mayor cobertura. Éste está facultado para realizar el cobro del derecho de conducción¹⁹ a los usuarios que reciben correspondencia a través de este operador. Este cobro no ha estado exento de problemas, como la discrepancia entre el usuario y el cartero, dada la falta de conocimiento de las razones del cobro.

El operador público capacita constantemente a sus carteros. Éstos se caracterizan por tener una antigüedad superior a los 5 años en correos²⁰, permitiéndoles alcanzar mayor experiencia y el desarrollo de sindicatos²¹. Su desempeño es controlado internamente mediante el uso de planillas de control de entrega²² y revisión del timbrado de cartas para corroborar si las entregas fueron realizadas. Además utilizan un uniforme distintivo de su empresa durante la entrega de la correspondencia.

En el caso del correo privado, mantienen una menor dotación de personal respecto al correo público, recurriendo a personal externo a la empresa, cuando se deben cubrir extensas áreas de distribución. Estos carteros se caracterizan por tener una antigüedad promedio inferior a 5 años, lo cual explicaría el porqué no están afiliados a sindicatos. Además no utilizan un uniforme que distinga la empresa para la cual trabajan. Tampoco están facultados para el

¹⁶ Durante el mes de Mayo de 2009 se dio inicio al proceso tarifario 2010-2015.

¹⁷ En relación al artículo N°6 de la Política Postal Nacional, Decreto N°203, 14 de Noviembre de 1980. (Gobierno de Chile - Subsecretaría de Telecomunicaciones, 1980)

¹⁸ A fines del año 2009 contaba con una dotación de 2.562 carteros, según Memoria 2009 de Correos de Chile. (Correos de Chile, 2009)

¹⁹ El derecho de conducción fija por ley el cobro de \$30 pesos a los usuarios que reciben correspondencia, por cada carta transportada al domicilio correspondiente. (Gobierno de Chile - Decreto N° 472, 2004) 19 de agosto de 2004.

²⁰ Fuente: Carteros de Correos de Chile.

²¹ El 98% de los trabajadores con contrato indefinido de Correos de Chile se encuentra adscrito a uno de los 5 sindicatos existentes. (Correos de Chile, 2009). También se hace referencia al Sindicato Nacional de Carteros y afines de la empresa de Correos de Chile (SINACAR), fundado en el año 1997.

²² Planilla de control tipo utilizada por Correo de Chile correspondiente a cartas certificadas en Anexo H.

cobro del derecho de conducción, privilegio exclusivo para carteros de Correos de Chile, ni disponen de medios que faciliten a los clientes efectuar sus reclamos, a diferencia de Correos de Chile, donde los usuarios tienen la posibilidad de reclamar directamente en el Centro de Distribución Postal.

El correo privado, al igual que el correo público, también realiza controles periódicos para monitorear el desempeño en la entrega de cartas. Para llevar a cabo los controles, solicitan a sus clientes, las empresas de servicios, sus bases de datos. En caso de verse enfrentados a un mal servicio, no tienen certeza de que las bases de datos entregadas mantengan su carácter confidencial, dado el alto valor de la información contenida, que puede llegar a comprometer la confianza que mantienen con el usuario postal. Esto cobra mayor importancia, en el caso de externalizar servicios de entrega a operadores postales establecidos informalmente.

Este tipo de requerimientos incrementa los costos de cambio a los que debe verse enfrentada una empresa de servicios que desee enviar correspondencia a sus clientes, reduciendo sus posibilidades de acceder a otras opciones en el mercado.

3. Propuesta para el control del desempeño del servicio postal

Para un adecuado control del desempeño del servicio postal, se propone la creación de un agente de control postal independiente, que funcione bajo la modalidad de outsourcing para los clientes que contraten este servicio. Éste agente se encargaría de monitorear a los operadores postales, y otorgar certificaciones, con respaldo estatal, a aquellas instituciones que deseen operar como distribuidores de correspondencia a nivel nacional.

Las funciones que desempeñaría el Agente de Control Postal (ACP) al interactuar con los demás participantes del mercado postal pueden apreciarse en la Figura 1.

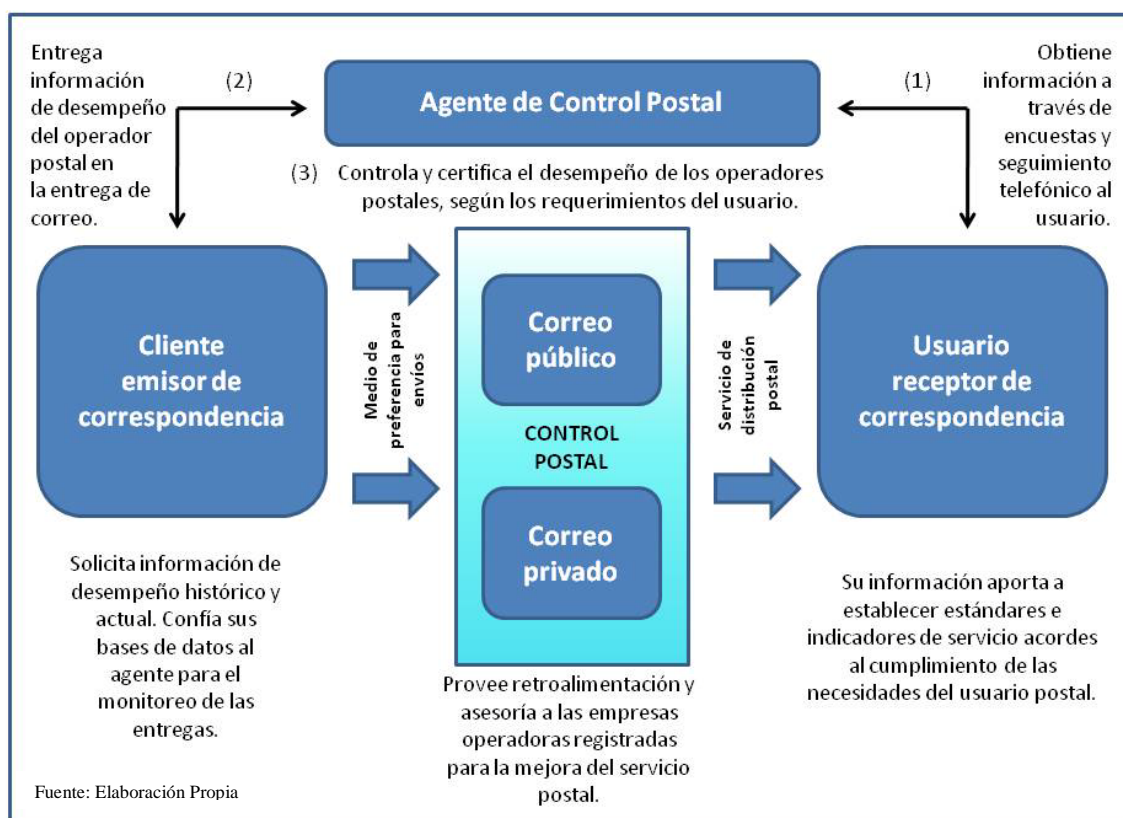


Figura 1: Marco de acción del agente postal

Como se aprecia en la Figura 1, el ACP, tendría una estrecha relación con los usuarios receptores de correspondencia y con los clientes de las empresas postales. Con los usuarios de correspondencia mantendría una comunicación permanente, permitiendo obtener información para la realización de seguimiento de la correspondencia en el lugar de destino, establecer cuáles son los estándares de servicio que cumplen con sus expectativas del servicio y conocer el nivel de satisfacción del usuario de correos. Para la recopilación de esta información se podrían utilizar la metodología de encuestas y seguimiento telefónico al usuario, como se aprecia en el interconector (1) de la Figura 1.

Por otra parte, al mantener comunicación con los clientes de los servicios postales, éstos contarían con informes de gestión del desempeño histórico y actual de los operadores postales, como se presenta en el interconector (2) de la Figura 1, con la finalidad de que tomaran decisiones informadas acerca del proveedor de correos de su elección.

Un problema que enfrentan los clientes, en su totalidad empresas, que envían correspondencia, a través de estos servicios, es que deben confiar a las empresas postales sus bases de datos para la realización de seguimiento de la correspondencia enviada, dejándolos en una posición de riesgo, en caso de que los operadores tengan que verse enfrentados a una salida del mercado.

En este sentido, el ACP, representado en la Figura 1, velaría por la calidad de este servicio, sería el único con acceso a esas bases de datos, por lo que tendría la responsabilidad del cuidado y resguardo de la información contenida en ellas. En caso de no cumplimiento de estas obligaciones, podrían determinarse sanciones legales o multas según corresponda.

El ACP, a través de la certificación buscaría asegurar que las empresas postales cumplieren de manera constante con los estándares mínimos exigidos para la entrega de un servicio de calidad, como se aprecia en la reseña (3) de la Figura 1, permitiendo a sus clientes contar con un respaldo de la efectividad de los operadores del servicio postal y por último crear una barrera de entrada contra aquellas empresas que desearan entrar con fines oportunistas, en desmedro de la calidad del sistema postal.

Los criterios con los cuales las empresas serían evaluadas para obtener tal certificación, se establecerían en función de los estándares de servicio que exigen los usuarios del servicio postal.

Estos estándares serían la base para la elaboración de indicadores²³ que se utilizarían para medir el desempeño de los operadores postales en la entrega de correo. Del nivel de desempeño alcanzado se debiera resolver el otorgar, mantener o denegar la certificación postal.

El ACP se financiaría siendo un outsourcing de la gestión en la contratación y control de los prestadores de servicios de correspondencia, lo que le permitiría beneficiarse de economías de escala, alcanzando costos más reducidos y un precio más competitivo que los operadores postales en la realización de esta labor.

Éstos, junto a las empresas emisoras de correspondencia podrían obtener beneficios al externalizar el control de desempeño postal, dado que el ACP se especializaría más rápidamente en esta función, realizándola de forma eficiente con respecto al desarrollo interno de esta tarea, que implicaría mantener estructuras de costos fijos necesarias para llevarla a cabo.

Algunos países han adoptado esta modalidad de control hacia los operadores postales. En el Reino Unido, a partir del año 2000, se crea la Comisión de Servicios Postales del Reino Unido, POSTCOMM, la que tiene como misión asegurar que los operadores postales licenciados cumplan con las necesidades de sus clientes a lo largo del país. Esta es una oficina gubernamental autónoma, que no depende de ningún ministerio.

²³ El indicador más aceptado internacionalmente, es el denominado tiempo “end-to-end”, que corresponde al tiempo que le toma la envío llegar a su lugar de destino desde el lugar de origen.

3.1 Metodología

Para identificar los factores y atributos valorados por los usuarios de los servicios postales, se realizó una encuesta a 61 personas pertenecientes a las comunas de la Región Metropolitana, que concentra aproximadamente un 89% del volumen de envíos a nivel nacional²⁴. La extracción de la muestra fue obtenida mediante un muestreo no probabilístico por conveniencia, por lo que, la selección de los encuestados se dejó a criterio del entrevistador.

La encuesta realizada cubrió aspectos relacionados con el servicio postal que reciben los usuarios en sus hogares. Específicamente, su percepción del servicio postal, su relación con el cartero, problemas en la entrega de su correspondencia, su postura respecto al pago del derecho de conducción y al uso de Internet como alternativa al pago de cuentas tradicional.

Respecto a los encuestados, éstos se caracterizan por tener un nivel educacional secundario a superior, lo que explicaría el nivel de ingreso, y que sean propietarios de sus viviendas, como se detalla en la Tabla 1. Este segmento en particular, es el que frecuentemente recibe estados de cuenta, por lo que estaría más expuesto al riesgo del uso malicioso de información por parte de terceros, un problema que se desea enfrentar.

Tabla 1: Características de la muestra

N° de Observaciones: 61 Variables	<i>Promedio</i>	<i>Mediana</i>
<i>Edad [Años]</i>	40	42
<i>Género [Hombre=1]</i>	0,39	0,00
<i>Nivel educacional [Primaria=1;Secundaria=2;Superior=3]</i>	2,6	3,0
<i>Nivel de ingreso [M \$]</i>	\$820	\$625
<i>Tipo de vivienda [Casa=1]</i>	0,74	1,00

Fuente: Elaboración Propia

²⁴ En base a datos obtenidos del Informe Anual Transporte y Telecomunicaciones 2008. (Instituto Nacional de Estadísticas, 2008)

3.2 Acerca de los usuarios y el servicio postal que reciben

Entre los usuarios postales encuestados, sólo un 30% manifestó ser el encargado de recoger su correspondencia, mientras que un 70% señaló que la correspondencia es recepcionada por otra persona que habita en el mismo domicilio.

De los usuarios encuestados, un 74% declaró vivir en una casa, mientras que un 16% declaró vivir en un edificio de departamentos (ver Tabla 1).

En la Tabla 2, es posible apreciar que, con respecto al tipo de vivienda en el que habitan, un 83% de los usuarios que recogen sus cartas viven casas.

Tabla 2: Recolección de correspondencia según tipo de vivienda (casas y edificios)

	Promedio	
N° de Observaciones: 61	Recolección de correspondencia	
Variable	Titular [30%]	Otro [70%]
Tipo de vivienda [Casa=1]	0,83	0,70

Fuente: Elaboración Propia

En los edificios de departamentos, el conserje es la persona encargada de recibir la correspondencia y entregarla a los distintos destinatarios en el edificio, previa clasificación de ésta. Sólo el 19% de los usuarios no utiliza el conserje.

Los usuarios de los servicios postales también manifiestan su preferencia por la tecnología digital, gracias a la mayor penetración de Internet en los hogares²⁵. La implementación de sistemas de pago y el desarrollo de la banca en línea, les permite pagar sus cuentas y obtener información bancaria, con mayor facilidad de acceso e inmediatez.

²⁵ Según la Encuesta de Satisfacción de Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones (Diciembre 2009), los hogares que poseen conexión a Internet aumentaron de 28,5% en el I Semestre del año 2008 a 40,1% en el II Semestre del año 2009.

Un 43% de los usuarios manifestó utilizar Internet para el pago de cuentas, mientras que el 57% no utiliza actualmente este medio de pago. No obstante, como se aprecia en la Figura 2, éstos últimos al ser consultados por la posibilidad de usar Internet para el pago de cuentas, dentro de los próximos 12 meses, un 51% de ellos estaría dispuesto a utilizarlo.

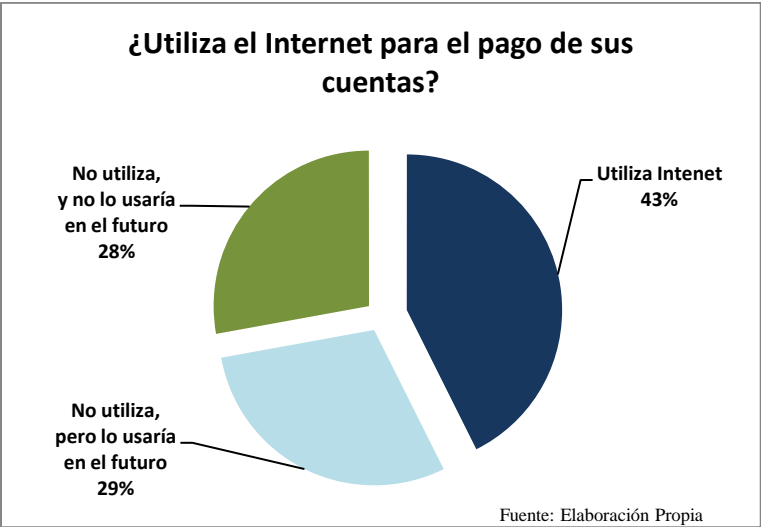


Figura 2: Uso de Internet para el pago de cuentas por parte de usuarios postales

El uso de Internet tiene grandes consecuencias operativas para las empresas de correo, ya que muchos de sus grandes clientes, que envían facturación o estados bancarios a través de correos, podrían considerar continuar migrando a la Web, evitando los costos de envío y el riesgo de costos adicionales causados por potenciales problemas de prestación de un inadecuado servicio postal.

En relación al uso de la carta epistolar como medio de comunicación, el 80% de los usuarios encuestados envía a lo más una al mes, por lo que el efecto sustitución por tecnología digital se hace más patente.

Los usuarios fueron consultados por la cantidad y tipo de envíos que recibían en el domicilio durante un mes promedio. Los envíos relacionados con cuentas de servicios y publicidad (correo directo) son los soportes de la demanda postal con un 35% y 34% respectivamente. Los envíos relacionados con cuentas de tiendas y correspondencia

bancaria representan un 16% y 15% respectivamente de los envíos, como se aprecia en la Figura 3.

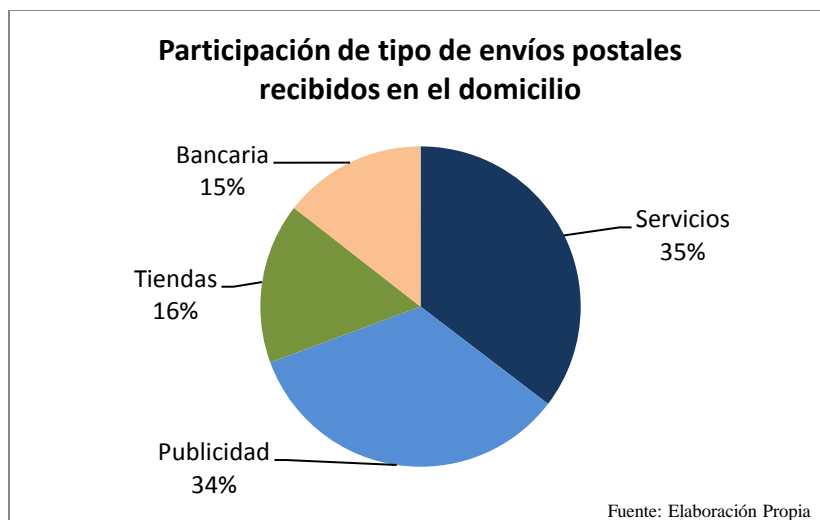


Figura 3: Distribución de los envíos postales recibidos en el domicilio

Con la finalidad de conocer el nivel de satisfacción de los usuarios, se les solicitó evaluar al servicio de correos en función de la entrega de correspondencia en el domicilio. Éstos en promedio, evaluaron el servicio con una nota de 5.8, en una escala de 1 (la más baja) a 7 (la más alta), como se detalla en la Figura 4.

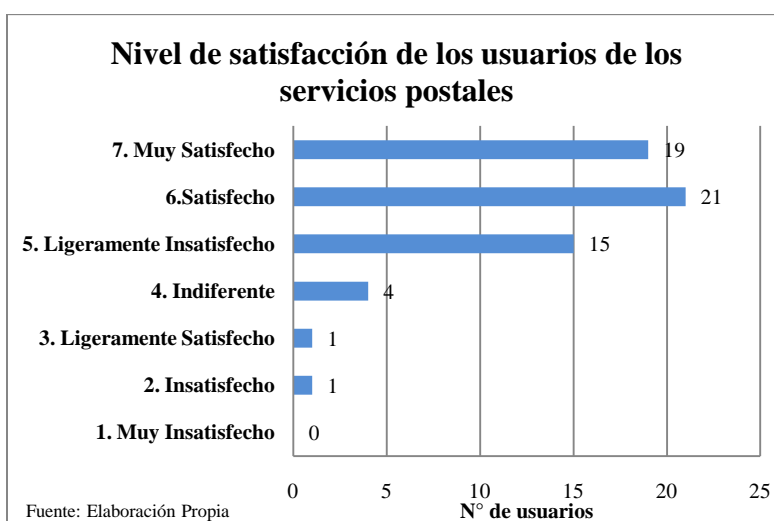


Figura 4: Nivel de satisfacción de los usuarios de servicios postales

A los encuestados se les consultó por la existencia de problemas con el servicio de correspondencia. De la Tabla 3, es posible apreciar que un 28% de los usuarios de servicios postales afirmó tener problemas, mientras que un 72% declaró no tenerlos (ver Tabla 3).

Tabla 3: Problemas en la entrega de correspondencia de usuarios

	Promedio	
N° de Observaciones: 61	<i>Tiene problemas</i>	
Variables	Sí [28%]	No [72%]
<i>Edad [Años]</i>	42	39
<i>Género [Hombre=1]</i>	0,29	0,43
<i>Nivel educacional [Primaria=1;Secundaria=2;Superior=3]</i>	2,5	2,6
<i>Nivel de ingreso [M \$]</i>	\$798	\$813
<i>Tipo de vivienda [Casa=1]</i>	0,82	0,70

Fuente: Elaboración Propia

De la Tabla 3, es posible ver que el grupo que presenta problemas con el servicio de correspondencia tiene en promedio 42 años. Estos usuarios en su mayoría son mujeres con un nivel educacional secundario a superior y su vivienda es del tipo casa.

Las casas son las que presentan los mayores problemas en la recepción de correspondencia, en comparación con los edificios de departamentos. Una posible explicación tiene relación con la mayor facilidad para el cartero de entregar una mayor cantidad de correspondencia en una misma ubicación a una única persona, el conserje.

Al consultar por los problemas en la entrega de correspondencia que afectan a los usuarios, los encuestados manifestaron que los problemas que ocurren más frecuentemente tienen relación con los atrasos en la entrega de su correspondencia, seguido por la recepción de correspondencia que corresponde a otros domicilios, tal y como se detalla en la Tabla 4.

Tabla 4: Problemas en la entrega de correspondencia según frecuencia de ocurrencia

N° de observaciones: 17 Variable	Promedio			
	No llega	Atrasada	No corresponde al domicilio	Llega en mal estado
<i>Problemas en entrega de correspondencia*</i>	2,00	2,82	1,72	1,57

*[Poco frecuente=1; Frecuente=2; Muy frecuente=3]

Fuente: Elaboración Propia

De las personas que manifestaron tener problemas con la correspondencia, como se aprecia en la Tabla 5, un 71% no efectuó reclamos por tal situación, mientras que un 29% sí lo hizo.

De las personas que efectuaron reclamos, el 60% de ellas percibió una mejora en el servicio.

Tabla 5: Reclamos de usuarios debido a problemas en la entrega de correspondencia

N° de observaciones: 17	Promedio	
	Reclamo posterior a problemas en la entrega de cartas	
Variables	Sí hubo [29%]	No hubo [71%]
<i>Edad [años]</i>	45	41
<i>Género [Hombre=1]</i>	0,20	0,33
<i>Nivel educacional [Primaria=1; Secundaria=2; Superior=3]</i>	2,4	2,6
<i>Nivel de ingreso [M \$]</i>	\$720	\$831
<i>Tipo de vivienda [Casa=1]</i>	0,80	0,67

Fuente: Elaboración Propia

Es posible que las personas que tienen problemas en la entrega de correspondencia, tengan identificado a quien hace la entrega, quizá en la búsqueda de manifestar su molestia. Respecto a las personas que no tienen problemas de este tipo, es probable que la identificación del cartero se dé en un menor grado.

A los usuarios de correo encuestados se les solicitó que indicaran, de manera estimada, el número de veces al año en que se habían vistos enfrentados a problemas en la entrega de correspondencia. Los problemas consultados, en base al estándar utilizado por los servicios postales, fueron: entrega de cartas en mal estado (presenta daño físico importante que pone en riesgo de pérdida a la información), no entrega de correspondencia y recepción de correspondencia perteneciente a otro domicilio, de 312 fallas contabilizadas y representadas en la Figura 5.

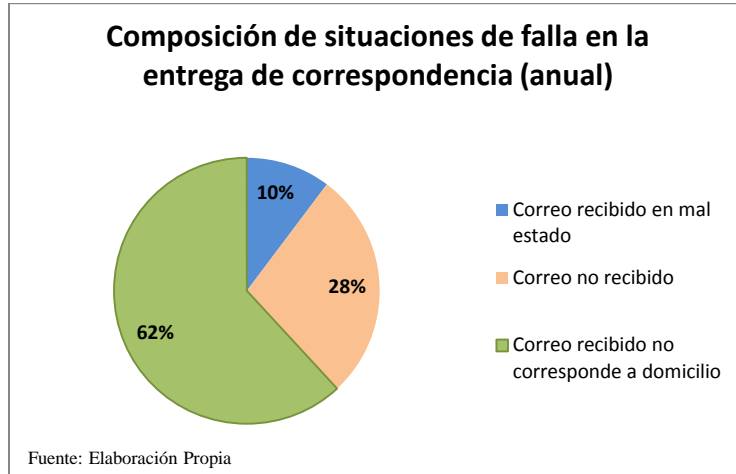


Figura 5: Proporción de fallas en la entrega de correspondencia

Se les consultó a los usuarios del servicio postal si identificaban al cartero que les entregaba la correspondencia. Un 59% de éstos afirmó no conocer al cartero, mientras que un 41% afirmó que sí lo conocía.

El hecho de que los encuestados no conozcan al cartero, les impide dar retroalimentación del servicio recibido al cartero, por ejemplo, mediante sugerencias o la realización de reclamos acerca del servicio.

Considerando lo anterior, a los usuarios se les consultó si habían tenido problemas con el cartero durante la entrega de correspondencia. Como se detalla en la Tabla 6, un 18% de los encuestados manifestó que sí los tenía.

Tabla 6: Usuarios con molestias con el servicio que entrega el cartero

N° de observaciones: 61	Promedio	
	Molestias con el servicio que entrega el cartero	
Variables	Sí tiene [18%]	No tiene [82%]
<i>Identificación de quien entrega [Sí=1]</i>	0,73	0,34
<i>Edad [años]</i>	40	40
<i>Género [Hombre=1]</i>	0,45	0,38
<i>Nivel educacional [Primaria=1; Secundaria=2; Superior=3]</i>	2,4	2,6
<i>Nivel de ingreso [M \$]</i>	\$734	\$825
<i>Tipo de vivienda [Casa=1]</i>	0,73	0,74

Fuente: Elaboración Propia

De la Tabla 6, es posible ver que los usuarios que habitan en casas, manifiestan tener mayores molestias con el cartero en proporción a los usuarios que viven en edificios. Estas molestias son: el cobro que realiza el cartero por la entrega de correspondencia, junto con la suspensión del servicio en caso de no pago y la falta de prolijidad en la entrega de correspondencia.

Como se aprecia en la Tabla 7, un 64% de los usuarios afirma haberse visto enfrentado a un cobro injustificado por parte del cartero, por concepto de entrega de cartas en el domicilio, mientras que un 36% percibe falta de prolijidad en la entrega de correspondencia.

Tabla 7: Principales molestias con el servicio entregado por el cartero

N° de observaciones: 11	
Principales molestias con el servicio entregado por el cartero	
Poca Prolijidad [%]	Cobro injustificado [%]
36,0	64,0

Fuente: Elaboración Propia

Respecto del cobro por entrega o derecho de conducción, un 84% de los encuestados manifestó estar de acuerdo por el cobro de la conducción de la correspondencia a los domicilios²⁶, como se aprecia en la Tabla 8.

Tabla 8: Acuerdo entre los usuarios con el pago por conducción

N° de observaciones: 61	Promedio		
	Problemas con la entrega de correspondencia		
Variables	Total acuerdo [%]	Sí tiene [28%]	No tiene [72%]
<i>¿Está de acuerdo con el pago de \$30 por carta recibida en el domicilio? [Sí=1]</i>	0,84	0,27	0,73

Fuente: Elaboración propia

²⁶ Actualmente, el valor del cobro de esta conducción está fijado por ley en \$30 pesos por envío.

Los encuestados fueron consultados sobre los atributos que consideraban valiosos al recibir el servicio de entrega de correspondencia en sus hogares, mencionando que el servicio postal debería contar con cuatro atributos, para ser mejor valorado por los usuarios:

- Que llegue en forma oportuna al usuario. Las cuentas de servicios, deben llegar antes de la fecha de vencimiento. En el caso de la correspondencia bancaria, que la información transmitida llegue en forma oportuna.
- Entrega de correspondencia en buen estado, es decir, que la información no sufra daño o pérdidas y se asegure la mantención de confidencialidad de ésta.
- Buen trato al usuario y su correspondencia en el proceso de entrega, lo que incluye aspectos como respeto al usuario, confianza y cuidado en la entrega de cartas.
- Que la correspondencia llegue al domicilio del titular respectivo.

La Tabla 9 detalla el grado de importancia de cada uno de estos atributos, determinado en función de la cantidad de personas que mencionaron la característica de servicio valorada.

Tabla 9: Importancia de atributos en la entrega de correspondencia

N° de usuarios: 61 Atributos valorados	Tiempo de entrega oportuno [%]	Buen estado de la correspondencia [%]	Buen trato durante la distribución [%]	Entrega en el domicilio que corresponde [%]
<i>Porcentaje de usuarios que mencionaron el atributo</i>	48	75	33	16

Fuente: Elaboración propia

Los usuarios valoran en gran medida recibir correspondencia en buen estado y en un tiempo que consideren oportuno.

La Tabla 10 presenta la disposición a pagar por la conducción de los envíos, independientemente del conocimiento de éste derecho de los carteros del operador público. El 84% de los encuestados manifestó que sí estaría dispuesto a pagar 30 pesos por envío recibido en el domicilio. Un 51% pagaría más de lo convenido, mientras que un 33% mantendría la preferencia por los \$30 pesos que estipula la ley, lo cual nos presenta una disposición a pagar de \$50 pesos por carta.

Tabla 10: Disposición a pagar por conducción de envíos

N° de observaciones: 61	Presenta problemas en la entrega de correspondencia		
	Sí [%]	No [%]	Total [%]
<i>No pagaría</i> [\$ 0]	18	16	16
<i>Pagaría lo convenido</i> [\$30]	41	30	33
<i>Pagaría más de lo convenido</i> [\$80]	41	54	51
<i>Total [%]</i>	100	100	100
<i>Promedio ponderado</i> [\$]	\$46	\$52	\$50

Fuente: Elaboración Propia; Observaciones de usuarios que presentan problemas: 17.

3.3 Principales resultados

Las principales molestias del usuario con el servicio postal tienen relación, en primer lugar, con los atrasos en la entrega de correspondencia y en segundo lugar, la recepción de correspondencia perteneciente a otros destinatarios, siendo que el 28% de los usuarios de servicios postales presentó alguna molestia.

En el caso de la entrega con atraso, por causa directa del operador postal, esto se puede explicar por la poca capacidad de manejar altos volúmenes para entrega, como por la aparición de correos informales.

Estos operadores informales, quienes no invierten recursos en la mejora del servicio que ofrecen, ni realizan labores de distribución, sino que recolectan correspondencia a un nivel que les permita obtener descuentos por volumen al alimentar al operador estatal, se verían beneficiados al presentarse como una alternativa económica para la entrega de envíos, por la falta de información acerca de sus operaciones y la consideración de las empresas de servicios de economizar costos al externalizar esta función.

El error de entrega de correo que no corresponde al domicilio podría ser explicado por la falta de experiencia del cartero y un conocimiento acabado de su ruta de entrega, es decir, ubicación del domicilio de destino según calle y numeración.

La entrega de correspondencia en mal estado está asociada con la práctica de carteros de correos públicos y privados de arrojar la correspondencia al interior del domicilio.

Considerando el gran número de operadores postales, es necesario contar con una fuente de información que permita establecer si los atrasos en la entrega de correspondencia son

responsabilidad de algún agente. Esto se observa, por el desconocimiento del usuario acerca de quién entrega su correspondencia, cuánto debe pagar por esa entrega o a quién debe dirigir sus reclamos al presentar problemas con el servicio.

En relación a la correspondencia mal direccionada, los usuarios corren el riesgo de pérdida de información y de confidencialidad del envío.

Los usuarios que se han visto expuestos a problemas en la entrega de su correspondencia o a problemas en el servicio recibido por el cartero, en su gran mayoría, no realizan reclamos a las compañías operadoras, ya que no saben a quién dirigirlos. La encuesta revela que a pesar de que los usuarios presenten problemas y quisiesen plantear sus reclamos al cartero, éste en ocasiones no mantiene una frecuencia regular de ruta (ver Figura 6 en Anexo B), por ende es difícil hacer contacto con él y manifestarle el reclamo pertinente.

En el caso de los reclamos realizados por usuarios de servicios postales, el 30% es realizado al cartero, y el 15% es dirigido a las oficinas de las empresas de servicios, como se detalla en la Tabla 11 (Anexo B), lo que revela la falta de un mecanismo de fácil acceso para el direccionamiento de los reclamos.

Es crítico para las empresas operadoras consientes y responsables de su labor, no ver afectada su imagen, a causa de la falta de diferenciación en el desempeño de las labores de entrega, más aún cuando el efecto sustitución de la tecnología digital en los envíos, amenaza con una disminución en el volumen de envíos, poniendo en riesgo la sustentabilidad de las empresas postales.

Este problema se ve agudizado por la práctica de los carteros de lanzar la correspondencia por el quicio de la puerta. Esto no le permite al usuario establecer un contacto con el cartero para obtener más información sobre su identidad y asociar esta entrega a un cartero u operador de correos. Muchas veces la o las personas encargadas de recolectar la correspondencia en los hogares, realizan esta acción posterior a la entrega del cartero, sin que tengan oportunidad de experimentar el servicio.

Los usuarios al no contar con las facilidades de poder expresar sus molestias por el servicio recibido, expresan su malestar a cualquier cartero que entregue en el domicilio. De no ser

responsable, deja al usuario disconforme y disminuye sus niveles de satisfacción con el servicio. Esta frustración también afectaría en las relaciones comerciales con las empresas de servicios, ya que el cliente dirige sus reclamos a éstas, en busca de una respuesta satisfactoria.

La encuesta mostró que los usuarios tienen una percepción de la cantidad de envíos que reciben mensualmente, lo que les llevaría a poder establecer una estimación del monto a pagar a su cartero.

El usuario de servicios postales entra en conflicto con el cartero, al no tener claridad del detalle del cobro, más aún, si éste se ve enfrentado a una diferencia significativa con respecto a la estimación de pago que ha realizado. La encuesta reveló la existencia de una mayor disposición a pagar por concepto de conducción de envíos al domicilio, estimada en \$50 pesos (ver Tabla 10), por lo que los usuarios estarían dispuestos a pagar \$20 pesos adicionales, un 67% más del monto establecido en la ley. Esto revela que los usuarios de servicios postales no estarían conformes con el servicio, sin embargo tendrían una mayor disposición a pagar por recibir un mejor servicio.

Si consideramos la cifra de 225 millones de envíos anuales alcanzada en 2008 y una disposición a pagar de \$50 pesos por envío, esto representaría un ingreso de \$3.375 millones de pesos²⁷ por año, que podría ayudar a solventar los costos asociados a la mejora en la eficiencia del servicio postal.

Para los carteros de Correos de Chile, el monto cobrado por concepto de derecho de conducción está asociado directamente a su remuneración variable, por lo que el no pago de parte de los usuarios incide en el salario recibido por los carteros, lo que genera conflictos y deterioro de las relaciones cartero-usuario.

²⁷ El monto estimado corresponde a: N° total de envíos anuales x participación de mercado de Correos de Chile en 2008 (%) x monto adicional a pagar por envío recibido (225 millones x 75% x \$20).

En resumen, podemos decir que hay usuarios que están insatisfechos con el servicio de correo y dadas las actuales características del mercado postal, se considera importante regular las actividades de los operadores postales, así como limitar la aparición de correos informales distorsionan negativamente la imagen de los servicios postales.

4. Conclusión

Al inicio de este estudio se plantearon una serie de interrogantes acerca del servicio postal, que carecían de respuestas satisfactorias.

Respecto a la atribución de responsabilidades en la entrega de correspondencia, se propone como solución expandir la práctica de timbrado de cartas, junto con una etiqueta que permita a los usuarios contar con datos de contacto de la empresa operadora, para expresar sus reparos, en caso verse enfrentado a un mal servicio postal²⁸. Actualmente, sólo Correos de Chile, tiene la política de ubicar en el reverso de los sobres un timbre distintivo, que indica el nombre de la empresa operadora, el cuartel correspondiente a un determinado cartero y fecha de entrega al domicilio.

Establecer un control de estas prácticas de identificación por parte de todas las empresas postales operadoras, puede ser de gran utilidad para que el usuario pueda identificar a los responsables de malas prácticas en la entrega de correspondencia.

En relación al derecho de conducción, se propone que el operador público entregue al receptor de la correspondencia un registro de todos los envíos entregados en el domicilio para mayor transparencia en el cobro, el cuál pudiese realizarse en forma periódica, de manera que el usuario de servicios postales tenga conciencia de una fecha de pago programada.

La experiencia internacional en relación a la creación de una agencia de control postal, se ha llevado a cabo en países desarrollados como Reino Unido a través de la Comisión de Servicios Postales (PostComm) y en países en vías de desarrollo, como Ecuador (Agencia

²⁸ Imagen del prototipo propuesto en Figura 9 y 10, Anexo G.

Nacional Postal). Este tipo de iniciativas, implementadas hace diez años²⁹, han permitido ordenar y formalizar la oferta postal y mejorar el nivel de satisfacción de los usuarios postales, gracias a la certificación de sus actividades a través de la entrega de licencias postales para operar.

Es por esto, que se sugiere la creación de una agencia de control postal, la cual, proteja los intereses de los usuarios, monitoree el desempeño de los operadores postales en la entrega de correo en Chile, y provea información a las empresas de servicios, que les permita discriminar los operadores que tienen un desempeño deficiente de los que sí dan cumplimiento a su promesa de servicio. Así, se evita sustentar operaciones de correos informales, que pueden perjudicar a los usuarios postales y sus relaciones comerciales con las empresas de servicios.

La información obtenida por el ACP, mediante seguimiento telefónico a los usuarios, permitiría corroborar si los envíos llegan efectivamente en forma oportuna y establecer estimaciones de pérdida de correspondencia en el sistema.

Actualmente en Chile, si bien no se cuenta con un ACP que certifique las actividades de los operadores de correos, la empresa chilena Optimiza Chile Ltda., provee información a las empresas contratantes de correos que les permite verificar si las empresas de correo cumplen con los porcentajes de distribución ofrecidos en su promesa de servicio. Optimiza Chile Ltda. realiza seguimiento telefónico a los clientes de las empresas de servicios para verificar si los envíos de facturación o información llegaron a tiempo a los usuarios. Además, provee a estas empresas un servicio de actualización de base de datos, considerando que sus clientes cambian de domicilio sin informar.

Las medidas sugeridas representan un mínimo costo para las empresas de servicios postales.

²⁹ Se hace referencia a Postcomm, creada por la Ley del Servicio Postal de 2000, la cual la clasifica como un departamento gubernamental no ministerial (Postcomm, 2010).

El financiamiento de la ACP sería posible a través del outsourcing, al ser compartidos los gastos administrativos generados por la contratación y control de los operadores postales por parte de las contratantes de correos. Sin embargo, otra alternativa de financiamiento para el ACP y las medidas planteadas es a través de la mayor disposición a pagar de los usuarios de servicios postales.

Anexos

Anexo A

Encuesta para usuarios de servicios postales

Encuesta para usuarios de servicios postales

- Junto con saludarle, solicitamos su cooperación para responder la siguiente encuesta, a través de la cual, se busca conocer acerca del servicio postal que recibe en su hogar.
- La encuesta **es anónima**. La información contenida en este cuestionario **no tiene propósitos comerciales**, por lo que los datos proporcionados serán completamente confidenciales.
- Responder este cuestionario le tomará aproximadamente **8 minutos**.
- Se agradece su colaboración y buena disposición.

Parte I: Acerca del servicio postal recibido

Instrucciones: Favor marcar con una [X] su preferencia.

Pregunta 1: ¿Conoce (ubica) al **cartero** que distribuye en su sector de residencia?

[] Sí [] No

Pregunta 2: ¿A qué hora pasa generalmente el cartero por su domicilio?

- [] Antes de las 12:00 hrs.
[] Entre 12:01 y 15:00 hrs.
[] Después de las 15:00
[] No sabe

Pregunta 3: (Continuando con la pregunta anterior) Y, ¿lo hace en forma constante?

[] Sí, es constante [] No, es irregular [] No sabe

Pregunta 4: ¿Ha tenido problemas (molestias) con el servicio entregado por el **cartero** de su sector?

[] Sí (Continuar desde la pregunta 4.A) [] No (Continúe desde la pregunta n°5)

Pregunta 4.A: Mencione cuáles son los problemas frecuentes que ha tenido con el servicio entregado por su **cartero**. (Escribir en el cuadro)

1.
2.
3.

Pregunta 5: ¿Ha tenido problemas (molestias) con la **correspondencia** (cartas/cuentas) que recibe?

[] Sí (Continúe con las preguntas 5.A y 5.B) [] No (Continúe desde la pregunta N°6)

Pregunta 5.A: Indique cuáles han sido los **3 problemas** (dificultades, molestias) más frecuentes que ha presentado con su correspondencia.

(Considere 1 como el menos frecuente y 3 el más frecuente, según sea su caso)

MOTIVOS POSIBLES	INDIQUE N°
Llega atrasada	
No llega a mi domicilio	
Llega correspondencia que va dirigida a otro domicilio	
La correspondencia llega en mal estado	
Otros (favor escribir):	

Pregunta 5.B: ¿Ha presentado algún reclamo?

Sí No (Continuar desde la pregunta N°6)

Según lo anterior, si ha realizado un reclamo, ¿ha percibido alguna mejora en el servicio postal que recibe?

Sí No

Pregunta 6: ¿Cuántas veces al año ha recibido correo en mal estado?

N° de veces por año _____ (indique número de veces)

Pregunta 7: ¿Cuántas veces al año NO ha recibido su correspondencia?

N° de veces por año _____ (indique número de veces)

Pregunta 8: ¿Cuántas veces al año ha recibido correspondencia que no corresponde a su domicilio?

N° de veces por año _____ (indique número de veces)

Pregunta 9: En caso de recibir correspondencia que no corresponde a su hogar, Usted:

- La entrega al cartero
- Si conoce al destinatario, la entrega Ud. mismo
- Si no conoce al destinatario, lo busca para entregarla
- Le es indiferente
- No sabe

Pregunta 10: En caso de presentar problemas en la entrega de correspondencia, ¿a quién le presenta o le presentaría el reclamo correspondiente?

- Al cartero
- Al correo (oficina postal)
- A quien la envía (Ejemplo: empresas de servicios)
- Al SERNAC
- No presentaría reclamo
- No sabe

Pregunta 11: ¿Qué cosas son valiosas para Ud. en el servicio de correspondencia? (Escribir abajo)

1.
2.
3.

Pregunta 12: Indique la cantidad de correspondencia que recibe en promedio al mes, por:

TIPO DE CORRESPONDENCIA	CANTIDAD
Cuentas de servicios	
Cuentas de tiendas	
Folletos y publicidad	
Bancaria (Cartolas, tarjeta de crédito, etc.)	

Pregunta 13: Indique la cantidad de **cartas epistolares** que recibe en un **mes** promedio.

Nº por mes _____ (indique número)

Pregunta 14: Indique su grado de satisfacción respecto de la entrega de correspondencia a su domicilio, colocando una nota de 1 (la más baja) a 7 (la más alta), según el tipo de correspondencia.

TIPO DE CORRESPONDENCIA	NOTA
Cuentas de servicios	
Cuentas de tiendas	
Folletos y publicidad	
Bancaria (Cartolas, tarjeta de crédito, etc.)	

Pregunta 15: En el caso de las cuentas de servicios. ¿Cuáles han llegado al domicilio **después de** la fecha de vencimiento?

(Indique marcando con una [X] la empresa de servicios, si se ha dado el caso)

<p>Agua Potable</p> <p><input type="checkbox"/> Aguas Andinas</p> <p><input type="checkbox"/> Aguas Cordillera</p> <p><input type="checkbox"/> Aguas del Maipo</p> <p><input type="checkbox"/> Aguas Manquehue</p> <p><input type="checkbox"/> Otros. ¿Cuál? _____</p>	<p>Luz</p> <p><input type="checkbox"/> Chilectra</p> <p><input type="checkbox"/> CGE</p> <p><input type="checkbox"/> Otros. ¿Cuál? _____</p>
<p>Teléfono fijo e Internet</p> <p><input type="checkbox"/> Movistar (Telefónica)</p> <p><input type="checkbox"/> VTR</p> <p><input type="checkbox"/> Manquehue</p> <p><input type="checkbox"/> Telmex</p> <p><input type="checkbox"/> Entel</p> <p><input type="checkbox"/> Otros. ¿Cuál? _____</p>	<p>Televisión Pagada</p> <p><input type="checkbox"/> Movistar (Telefónica)</p> <p><input type="checkbox"/> VTR</p> <p><input type="checkbox"/> DirecTV</p> <p><input type="checkbox"/> Otros. ¿Cuál? _____</p>

Seguridad <input type="checkbox"/> ADT <input type="checkbox"/> Patroll <input type="checkbox"/> Otros. ¿Cuál? _____	Telefonía Celular <input type="checkbox"/> Entel <input type="checkbox"/> Movistar <input type="checkbox"/> Claro <input type="checkbox"/> Otros. ¿Cuál? _____
--	---

Pregunta 16: En el caso de cartas informativas (bancarias, informativas o cuentas de tiendas) ¿Cuáles de estas **no han llegado oportunamente** al domicilio?

(Indique marque con una [X] en la empresa de servicios, si se ha dado el caso)

Bancos y tarjetas asociadas <input type="checkbox"/> Estado <input type="checkbox"/> De Chile <input type="checkbox"/> Santander <input type="checkbox"/> BBVA <input type="checkbox"/> BCI <input type="checkbox"/> Otros. ¿Cuál? _____	Multitiendas y tarjetas asociadas <input type="checkbox"/> Falabella <input type="checkbox"/> Paris <input type="checkbox"/> Hites <input type="checkbox"/> La Polar <input type="checkbox"/> Ripley <input type="checkbox"/> Otros. ¿Cuál? _____
AFP <input type="checkbox"/> Habitat <input type="checkbox"/> Cuprum <input type="checkbox"/> Provida <input type="checkbox"/> ING <input type="checkbox"/> Plan Vital <input type="checkbox"/> Otros. ¿Cuál? _____	Isapres <input type="checkbox"/> Banmédica <input type="checkbox"/> Colmena <input type="checkbox"/> Fonasa <input type="checkbox"/> Cruz Blanca <input type="checkbox"/> ING <input type="checkbox"/> Otros. ¿Cuál? _____
Instituciones de Gobierno <input type="checkbox"/> Tesorería de la República <input type="checkbox"/> INP <input type="checkbox"/> Otros. ¿Cuál? _____	Autopistas <input type="checkbox"/> Central <input type="checkbox"/> Costanera Norte <input type="checkbox"/> Vespucio Norte <input type="checkbox"/> Vespucio Sur <input type="checkbox"/> Otros. ¿Cuál? _____

Pregunta 17: ¿Está de acuerdo con el pago de \$30 pesos por carta recibida en el domicilio?
 Sí No (Continúe desde la pregunta N°18)

En base a lo anterior, ¿Cuánto más (adicionalmente a \$30) cree que se debería pagar por carta recibida?
Monto en \$ _____ (monto adicional)

Pregunta 18: ¿Utiliza el Internet para el pago de sus cuentas?
 Sí (Continúe desde la parte II) No

Dado lo anterior, ¿Consideraría pagar dentro de los próximos 12 meses pagar sus cuentas a través de Internet?
 Sí No

Parte II: Caracterización del usuario postal

Instrucciones: Favor marcar con una [X] su preferencia.

Indique su edad_____

Género

Hombre

Mujer

Indique su comuna de residencia_____

Tipo de domicilio

Casa Particular

Edificio de departamentos

¿Quién recibe (o recoge) la correspondencia en su domicilio?

Ud.

Otra persona. ¿Quién?_____

¿Cuántas personas viven en su domicilio?

Indique número total_____

Indique número de mayores de 18 años_____

Indique el nivel de estudios del jefe de hogar (Marque con una X)

Sin estudios

Media Completa

Básica Incompleta

Técnico

Básica Completa

Técnico - Profesional

Media Incompleta

Universitaria o superior

El ingreso mensual promedio de su hogar (Marque con una X)

Menor a \$250.000

Entre \$ 750.001 y \$1.200.000

Entre \$250.001 y \$500.000

Entre \$1.200.001 y \$1.800.000

Entre \$500.001 y \$750.000

Mayor a \$1.800.000

¿Cuál es el estado de trabajo actual del jefe de hogar? (Marque con una X)

Trabajador dependiente

Trabajador independiente

Sin trabajo actual

¡Muchas gracias por su tiempo!

Anexo B

Tablas y figuras

Tabla 11: ¿A quién le presentaría sus reclamos, si tuviese problemas en la entrega de correspondencia?

Reclamos dirigidos	Al cartero [%]	A la oficina de correo [%]	A quien la envía [%]	Al SERNAC [%]	No presentaría reclamo [%]	No sabe [%]	Total [%]
<i>Porcentaje</i>	30	10	15	1	10	34	100

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 12: Acciones a realizar por los usuarios al recibir correspondencia no perteneciente al domicilio

Acción a realizar	El usuario la entrega al cartero [%]	Si conoce al destinatario, el usuario se la entrega [%]	Si no conoce al destinatario, usuario lo busca para entregarla [%]	Le es indiferente [%]	No sabe [%]	Total [%]
<i>Porcentaje de usuarios</i>	15	35	0	16	34	100

Fuente: Elaboración Propia

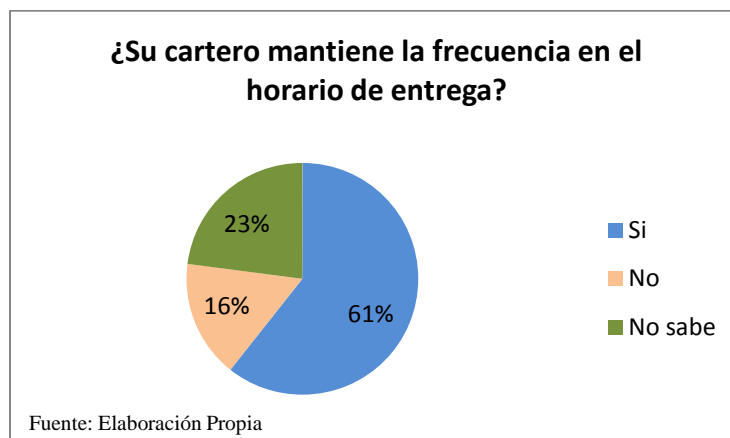


Figura 6: Percepción de frecuencia del horario de entrega de correspondencia

Anexo C

Normativa Postal: Decreto 203 (1980), Política Nacional Postal

TELECOMUNICACIONES

DECRETO 203 (1980) /

SUBSECRETARÍA DE TELECOMUNICACIONES

DECRETO N° 203, DE 14 DE NOVIEMBRE DE 1980

Aprueba Política Nacional Postal

(Publicado en el "Diario Oficial" N° 30.836, de 10 de diciembre de 1980)

NUM. 203. — Santiago, 14 de noviembre de 1980. — Visto: lo dispuesto en el Decreto ley 557, de 1974; el decreto ley 1.762, de 1977; el decreto 971, de 1977, y

Considerando:

Que es necesario en el área de competencia del Ministerio de Transportes y Telecomunicaciones se defina una política para los servicios postales dentro del territorio nacional y con el exterior.

Que la Subsecretaría de Telecomunicaciones realizó los estudios pertinentes y que dichos estudios se sometieron a consideración del Ministro del ramo, agotándose las instancias de revisión y análisis.

Los Acuerdos Internacionales suscritos por el Estado de Chile sobre la materia.

DECRETO:

ARTICULO 1° Apruébase la presente Política Nacional Postal, la cual será marco de referencia y guía para el desarrollo de estos servicios dentro del país y con el exterior.

Definiciones

ARTICULO 2° El Servicio Postal es aquel que tiene como objeto la admisión, transporte y entrega de: envío de correspondencia, encomiendas, giros postales y todas aquellas prestaciones que la legislación defina como tales.

ARTICULO 3° Se considera envío de correspondencia a los siguientes objetos: cartas, tarjetas postales, impresos, cecogramas, pequeños paquetes.

ARTICULO 4° Son encomiendas aquellos paquetes que contienen cualquier tipo de producto, mercaderías u objetos permitidos que se expiden cerrados cuyo embalaje y cierre impide que se atente contra su contenido. Su peso máximo es de 10 kgs.

ARTICULO 5° Es giro postal aquel servicio monetario o financiero mediante el cual se dispone el pago entre oficinas postales de sumas de dinero a un destinatario por cuenta de terceros.

Área de Responsabilidad

ARTICULO 6° a) El Estado es responsable de implementar un servicio de envío de correspondencia dentro de todo el territorio nacional. No obstante, pueden existir otras entidades dedicadas a esta misma prestación a disposición de los usuarios, con carácter de encargo, cuya modalidad y precios se regirán por acuerdo entre las partes.

b) En lo que respecta a otras prestaciones postales, el Estado estimula la participación del sector privado. Estas se regirán en cuanto a su modalidad y precio por convenio entre las partes, sin responsabilidad del Estado.

Servicio Internacional

ARTICULO 7° Los Convenios Internacionales suscritos por Chile, le hacen responsable de la admisión, transporte y entrega de objetos postales, desde y hacia el exterior. En consecuencia, el Servicio Postal Internacional debe ser de responsabilidad exclusiva del Estado, el cual lo ejercerá a través de un organismo de su dependencia.

Precios

ARTICULO 8° En aquellas prestaciones postales con características monopólicas, las tasas serán fijadas por la autoridad.

Sanciones

ARTICULO 9° Las entidades que operen en el sector postal son plenamente responsables ante la ley, por las faltas que pudieren incurrir en el manejo de los envíos postales y en particular de la privacidad de las cartas.

Anótese, tómese razón, comuníquese y publíquese. — AUGUSTO PINOCHET UGARTE. — Caupolicán Boisset, Ministro de Transportes y Telecomunicaciones. — José Luis Federici, Ministro de Economía, Fomento y Reconstrucción.

Anexo D

Estándares de servicio establecidos en el mercado postal de Reino Unido

Estándares vigentes establecidos por la Comisión de Servicios Postales del Reino Unido, para asegurar el buen servicio postal a los usuarios en un ambiente donde existe gran poder de mercado por parte de Royal Mail.

Servicio Registrados		Bandas de desempeño para servicios registrados			
		I	II	III	IV
		Estándar (%)	Sin consecuencias automáticas (%)	Usuario recibe reducción de precio o compensación (%)	La comisión postal investiga (%)
1	Grupo 1 - Retail 1° clase	93.0	<93.0 pero >92.0	92.0 a >88.0	88.0 o menos
2	Grupo 2 - Retail 2° clase	98.5	<98.5 pero >97.5	97.5 a >93.5	93.5 o menos
3	Grupo 3 - Bulk 1° clase	91.0	<91.0 pero >90.0	90.0 a >86.0	86.0 o menos
4	Grupo 4 - Bulk 2° clase	97.5	<97.5 pero >96.5	96.5 a >92.5	92.5 o menos
5	Grupo 5 - Bulk 3° clase	97.5	<97.5 pero >96.5	96.5 a >92.5	92.5 o menos
6	Paquetes estándar	90.0	<90.0 pero >89.0	89.0 a >85.0	85.0 o menos
7	Entrega Europea Internacional	85.0	<85.0 pero >84.0	84.0 a >80.0	80.0 o menos
8	Entrega especial (al día siguiente)	99.0	Compensación de acuerdo a contrato	Compensación de acuerdo a contrato	94 o menos
Medidas Estandarizadas					
9	Área postal objetivo % (entregada)	91.5	<91.5 pero >90.5	90.5 a >86.5	86.5 o menos
10	% de puntos de recolección servidos (diario)	99.90	<99.90 pero >99.80	99.80 a >99.40	99.40 o menos
11	% de rutas completas por día	99.90	<99.90 pero >99.80	99.80 a >99.40	99.40 o menos
12	% de ítems entregados correctamente	99.50	<99.50 pero >99.40	99.40 a >99.00	99.00 o menos

Fuente: Comisión de Servicios Postales del Reino Unido. (Postcomm, UK)

Anexo E

Envíos postales a nivel nacional por año

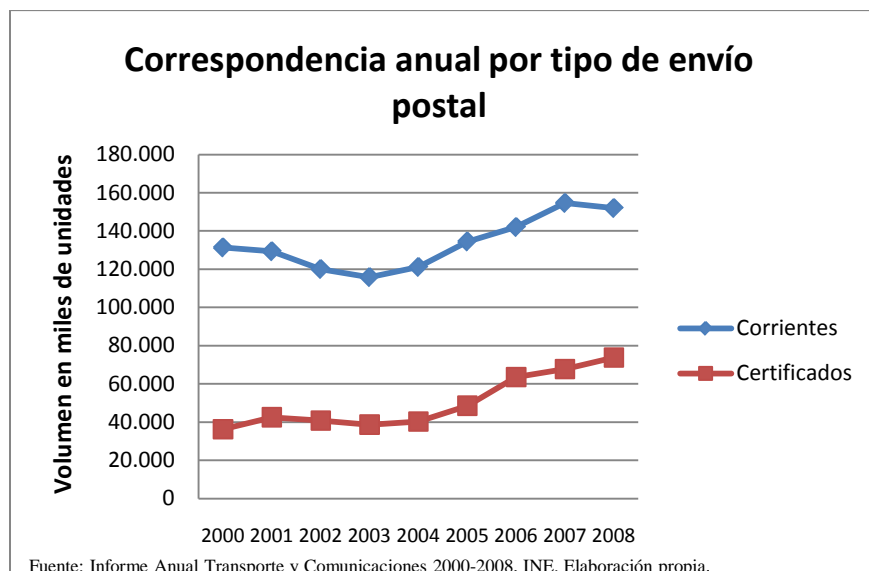


Figura 7: Correspondencia anual por tipo de envío postal

Tabla 13: Envíos postales nacionales estándar y certificados (2000-2008)

En miles de unidades	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
<i>Envíos Estándar</i>	131.333	129.331	120.036	115.809	121.116	134.457	142.003	154.602	151.935
<i>Participación Estándar [%]</i>	78,36%	75,25%	74,64%	74,96%	75,04%	73,47%	69,06%	69,54%	67,31%
<i>Envíos Certificados</i>	36.269	42.548	40.773	38.695	40.284	48.557	63.608	67.727	73.790
<i>Participación Certificados (%)</i>	21,64%	24,75%	25,36%	25,04%	24,96%	26,53%	30,94%	30,46%	32,69%
<i>Total envíos nacionales</i>	167.601	171.879	160.810	154.504	161.400	183.014	205.611	222.329	225.725

Fuente: Informe Anual de Transporte y Comunicaciones (2000-2008), INE. Elaboración propia.

Anexo F

Empresas postales operativas período 2001-2008

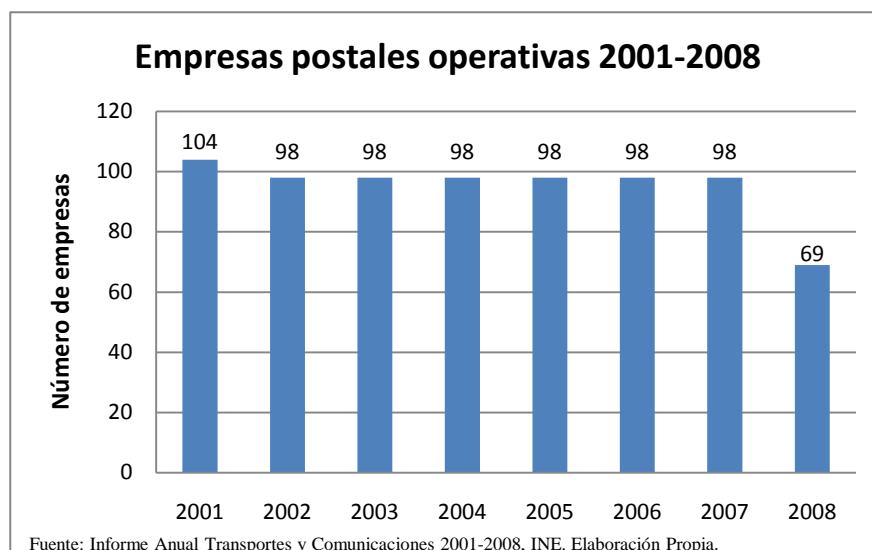


Figura 8: Empresas postales operativas (2001-2008)

Anexo G

Carta tipo timbrada y entregada por Correos de Chile



Figura 9: Carta timbrada de operador público

Carta tipo propuesta: incluye timbre y etiqueta con información al cliente

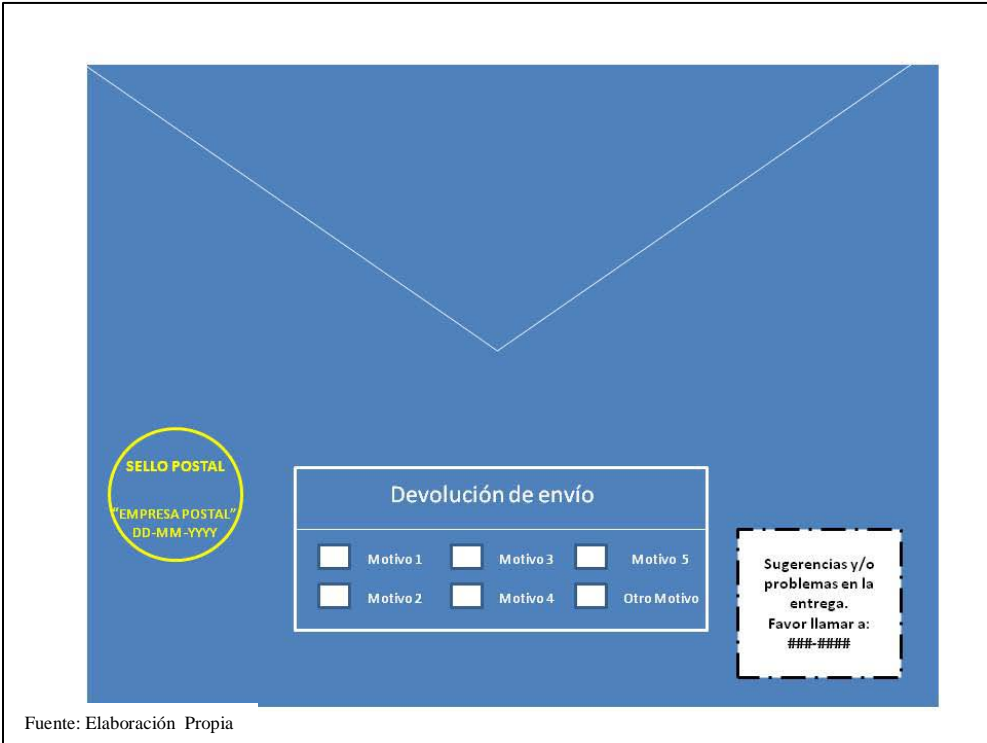


Figura 10: Carta tipo propuesta con timbre y etiqueta de información al cliente

Anexo H

Guía de distribución utilizada en Correos de Chile

Guía de Despacho: (Cuartelización) 9599 - SANTIAGO
 EXRBYE050441252

Checksum: 120653 Total: 14 de 14 Producto: Carta Certificada Recomendados

Operador: ERCINA-NAVARRETE OSSES ERCILIA Inicio: 30/02/2007 09:22
 Oficina: SANTIAGO (CENTRO TECNOLOGICO POSTAL) Termino: 30/02/2007 09:23

Envíos	N° Orden	Dirección	RUT	Firma	
1	9729668813608	El Peñal 020	6.731.770-6	[Firma]	1
2	9724587925476	La Virgen 1451	9.422.291-6	[Firma]	2
3	9457865214785	La Virgen 1453	10.100.232-6	[Firma]	3
4	7254898752189	El Peñal 327	14.132.750-6	[Firma]	4
5	7245852658745	El Peñal 329	16.132.721-2	[Firma]	5
6	4585454875124	El Peñal 390	78.432.451-2	[Firma]	6
7	9789654212545	Al Haggman 1427	6.731.877-8	[Firma]	7
8	9632565847854	Los Cameros 2678	4.236.235-6	[Firma]	8
9	9635824785214	Ramonal 237	9.919.478-6	[Firma]	9
10	987545652587	Pje. 8 N°1323	14.236.087-6	[Firma]	10
11	963545852145	Almendras 1913	6.731.877-9	[Firma]	11
12	989889965324	Rodriguez 1445	3.107.402-6	[Firma]	12
13	247589532547	J.J. Perez 1451	5.321.883-7	[Firma]	13
14	444587951585	Almendras 1914	7.202.211-7	[Firma]	14

Fuente: Manual para el cartero. Correos de Chile

Figura 11: Guía de distribución correspondiente a carta certificada

Bibliografía

Centro Microdatos U. de Chile. (2009). Encuesta de Satisfacción de Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones. Universidad de Chile, Departamento de Economía, Santiago.

Correos de Chile. (s.f.). Correos de Chile. Recuperado el 22 de Mayo de 2010, de Marco Normativo: <http://www.correos.cl/files/16.pdf>

Correos de Chile. (2009). Correos de Chile - La empresa. Recuperado el 07 de Julio de 2010, Memoria Anual: http://www.correos.cl/empresa/informes_gestion/2008/3_OPERACIONES.pdf

Correos de Chile. (2008). Correos de Chile. Recuperado el 24 de Mayo de 2010, de Correos Transparente-Memoria: http://www.correos.cl/empresa/informes_gestion/2008/2_GESTION_COMERCIAL.pdf

Correos de Chile. (2009). Correos de Chile. Recuperado el 02 de Junio de 2010, de Correo Transparente-Memoria: http://www.correos.cl/empresa/informes_gestion/2009/04_Gestion_Comercial.pdf

Correos de Chile. (2009). Correos de Chile. Recuperado el 13 de Julio de 2010, de Correos Transparente-Memoria: http://www.correos.cl/empresa/informes_gestion/2009/06_Una_Empresa_de_Personas.pdf

Correos de Chile. (Mayo de 2008). Correos de Chile: Sala de prensa. Recuperado el 2010 de Julio de 03, de http://www.correos.cl/sala_prensa/revistas/elcorreo/elcorreo104.pdf

Correos de Chile. (2007). Informes de Gestión. Recuperado el 8 de Mayo de 2010, de Correos de Chile: http://www.correos.cl/empresa/informes_gestion/2007/correos_chile_inf_gestion_2007.pdf

Correos de Chile. (2007). Manual del Cartero. En C. d. Chile, Manual del Cartero.

Correos de Chile. (s.f.). Misión: Correos de Chile. Recuperado el 8 de Mayo de 2010, de Correos de Chile: <http://www.correos.cl/empresa/mision.php>

Correos de Chile. (2009). Proceso Tarifario Empresa Correos de Chile Período 2010-2015. Correos de Chile- Subsecretaría de Telecomunicaciones, Santiago, Chile.

GeoSafe Consultores. (2009). Estudio Diagnóstico de la Señalización Urbana. Gobierno de Chile, Subsecretaría de Transportes, Santiago.

Gobierno de Chile - Decreto N° 472. (19 de Agosto de 2004). Sinacar. Recuperado el 13 de Julio de 2010, de Leyes Relacionadas-Derecho de Conducción: http://www.sinacar.cl/sitio/carpeta_leyes/DerechoConduccion/Derecho_de_Conduccion.pdf

Gobierno de Chile - Subsecretaría de Telecomunicaciones. (14 de Noviembre de 1980). Correos de Chile. Recuperado el 13 de Julio de 2010, de Marco Normativo: <http://www.correos.cl/files/17.pdf>

Gobierno de Chile. (s.f.). Correos de Chile. Recuperado el 24 de Mayo de 2010, de Marco Normativo: <http://www.correos.cl/files/15.pdf>

Instituto Nacional de Estadísticas. (2001). INE. Recuperado el 22 de Mayo de 2010, de Transporte y Comunicaciones: http://www.ine.cl/canales/chile_estadistico/estadisticas_economicas/transporte_y_comunicaciones/transporte_y_comunicaciones.php

Instituto Nacional de Estadísticas. (2007). INE. Recuperado el 22 de Mayo de 2010, de Transporte y Comunicaciones: http://www.ine.cl/canales/chile_estadistico/estadisticas_economicas/transporte_y_comunicaciones/pdf/2009/transporte2007.pdf

Instituto Nacional de Estadísticas. (2008). INE. Recuperado el 23 de Mayo de 2010, de Transporte y Telecomunicaciones: http://www.ine.cl/canales/menu/publicaciones/calendario_de_publicaciones/pdf/31_08_09/completa_transporte.pdf

Lagos, P. (Julio de 2003). Reforma y Modernización del Sector Postal en Chile. Santa Fé de Bogota, Colombia.

Organización Internacional de Trabajo. (18 de Agosto de 2003). Recuperado el 10 de Mayo de 2010, de Organización Internacional de Trabajo: <http://www.ilo.org/public/spanish/dialogue/sector/papers/postal/lima-r.pdf>

Post&Parcels. (31 de Marzo de 2010). Recuperado el 02 de Julio de 2010, de <http://postandparcel.info/32492/analysis-regulation-in-depth/postcomm%E2%80%9Cmajority%E2%80%9D-of-uk-customers-happy-with-service/>

Postcomm, UK. (s.f.). POSTCOMM - The Postal Services Commission. Recuperado el 02 de Junio de 2010, de <http://www.psc.gov.uk/royal-mail-standards-and-prices/quality-of-service/royal-mail-quality-of-service-standards.html>.

SINACAR. (s.f.). Historia: SINACAR. Recuperado el 25 de Julio de 2010, de <http://www.sinacar.cl/sitio/index.php?op1=His>