

SOSTIENEN DIRECTIVOS DE LA ORGANIZACIÓN POSTAL ENCUENTRO CON LA PRENSA NACIONAL...



En horas de la tarde de este jueves, directivos de Correos de Cuba sostuvieron un encuentro con periodistas de varios medios nacionales de comunicación, para informar acerca de las proyecciones y objetivos estratégicos de este Grupo Empresarial en el año 2022 que recién se inicia, así como actualizar a las audiencias sobre el comportamiento de los productos postales que comercializa el correo y de otros servicios de valor añadido y alto impacto social, propios y de terceros, que la organización postal brinda a la población.



En ese sentido, Liber Labrada Suárez, director de Mercadotecnia y Negocios, explicó los objetivos y direcciones principales de la estrategia comercial de

Correos de Cuba para el periodo 2022-2026, entre los cuales señaló el perfeccionamiento y ampliación de la cartera de negocios, productos y servicios de la organización postal. Se refirió también a la continuación del proceso de informatización de las oficinas postales en el que desde hace varios años se trabaja, aspecto sobre el cual precisó «que de las más de 820 unidades de Correos que existen en todo el país, el 84% ya están informatizadas y enlazadas al Sistema Integrado Postal (un sistema informático doméstico para el registro y control de las operaciones y los servicios del correo); y prevemos para el 2023 ya tener informatizadas el resto de nuestras unidades».



Señaló, además, que Correos de Cuba trabaja en la ampliación de los servicios de comercio electrónico, de giros nacionales y de las tiendas virtuales, empleando como plataformas digitales al sitio web de Correos de Cuba <https://www.correos.cu/>, a Transfermóvil, EnZona y Superfácil; en la incorporación a la red postal nacional de los servicios de cobros digitales, mediante el código QR, el uso de equipos POS y de las aplicaciones Transfermóvil y EnZona; así como en la ampliación del número de unidades postales que brindan el servicio de giros internacionales, sobre esto último precisó: «Comenzamos con 24 unidades, hoy ya tenemos 73 y prevemos para este año 2022 llegar a tener al menos una en cada municipio del país».



Labrada Suárez precisó que próximamente las unidades de Correos comenzarán brindar servicios de Caja Extra, que incluye el adelanto de efectivo a través de tarjetas magnéticas, un proyecto en el que Correos de Cuba trabaja en alianza estratégica con el sistema bancario nacional y mediante las plataformas Transfervóvil y EnZona.

El directivo se refirió, además, a que Correos de Cuba avanza en el mejoramiento de la imagen y el marketing de los productos asociados a las campañas alegóricas que tradicionalmente desarrolla cada año la organización postal, incorporándole valor añadido a las postales y almanaques; se trabaja intensamente para elevar la eficiencia y celeridad de los procesos operacionales de recepción, tramitación y entrega de los envíos postales, de mensajería expresa y paquetería Courier; en la ampliación de los servicios a domicilio, de cobros y pagos, estos últimos con el empleo de nuevas tecnologías digitales; así como para cambiar la imagen de nuestras unidades de servicios, las condiciones laborales de nuestros trabajadores y de atención al público, un proceso paulatino que incluye, precisó, la reparación y mantenimiento de todas las unidades de Correos, la modernización del mobiliario y del equipamiento tecnológico, así como de los sistemas de seguridad y de presentación de los productos, acciones todas que tendrán como centro el empleo y promoción de la marca Correos de Cuba y de su eslogan ¡Al servicio de todos!.



Entre las principales problemáticas e insatisfacciones de la población identificadas por Correos de Cuba, el director de Mercadotecnia y Negocios señaló, los problemas con la calidad del servicio, «que es nuestro Talón de Aquiles», con vistas a lo cual trabajamos en la ejecución de diversas estrategias y acciones, en interés de ir eliminando las demoras en la entrega de los envíos y otros servicios; superar las deficiencias que subsisten en la atención al cliente; fortalecer la capacitación, la exigencia y el control del personal durante el desempeño de sus funciones, para lo cual asumimos otras experiencias y buenas prácticas en alianza con las universidades y otras organizaciones empresariales de servicios exitosas; así como eliminar las respuestas inadecuadas a los clientes, para lo cual estamos priorizando la gestión de la comunicación interna.



Un aspecto al que Correos de Cuba brindará particular atención, señaló, es a la preparación de nuestros trabajadores, entre cuyos objetivos principales están perfeccionar el proceso de selección del personal, continuar mejorando el salario y las utilidades que reciben nuestros trabajadores, así como la ejecución de diversas acciones de capacitación, en alianza con las universidades, con Etecsa y los organismos postales internacionales.

En el encuentro, que tuvo como sede al Centro Nacional de Capacitación de Correos de Cuba, participaron además, Luigi Dinza Hidalgo y Abel Delgado Riesgo, especialistas de la Dirección de Mercadotecnia y Negocios; y José Manuel Valido Rodríguez, director de Comunicación Institucional, quien junto a Labrada Suárez, respondieron diversas interrogantes y esclarecieron algunas dudas de los periodistas de la Televisión Cubana, Granma, Trabajadores, las Agencias Cubana de Noticias y Prensa Latina y las emisoras radiales Reloj y Taíno.