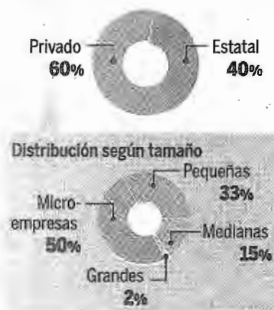


**División del mercado**  
(sobre el total de la facturación)



LA NACION



El envío de correspondencia sumó tecnología en los últimos años

EXPOTRADE

## Integración latinoamericana

La creación de la Asociación Latinoamericana de Correos y Operadores Postales Privados (Alacopp) se consolidó finalmente y fue ratificada para octubre de 2007 en Guadalajara, México. Ese país, junto con la Argentina, Uruguay, Colombia y Chile son los actuales miembros de dicha organización aunque se encuentran adheridas cámaras y empresas privadas de Colombia, Ecuador y El Salvador, entre otros países. Fue creada para consolidar un espacio donde todos los integrantes del sector puedan analizar oportunidades y dificultades. De este modo, apuntan al crecimiento, mejoramiento e integración del mercado postal privado y público.

Roberto Luppo, vicepresidente y representante de AECA, manifestó que casi de inmediato lograron insertarse en el nivel internacional, ya que la organización fue aceptada como miembro observador en la Unión Postal de América, España y Portugal (Upaep), organismo que no tiene autoridad reguladora, pero sugiere políticas y medidas para los correos oficiales de la región.

"Es muy importante porque es un lugar de debate de políticas del sector, de intercambio de ideas, en el que participa tanto lo público como lo privado. Es un espacio del que los correos privados hemos estado ajenos", sostuvo Luppo.

En noviembre participaron de un Foro

Abierto de Regulación Postal en Madrid y para este año los espera otro, en marzo, en Montevideo, cuyo eje será la necesidad del financiamiento del servicio postal público, puesto que "normalmente los correos oficiales apuntan a ser financiados por los privados".

Otra de las metas fijadas para este año es el acercamiento a la Universal Postal Union (UPU), entidad con sede en Viena y formada por actores que tienen relación con el negocio postal.

"Ya pedimos la autorización, nos han pedido algunos documentos pertinentes y estamos a la espera de una respuesta", comentó Luppo, a la vez que agregó que, de ser integrante oficial, tendrían participación deliberativa en ese organismo internacional.

Por otro lado, las empresas de correo aeroexpreso piden la actualización de la normativa que rige para ese subsector. Para Alejandro Jasiukiewicz, director comercial de DHL Express, el sector tiene la necesidad de un "nuevo capítulo en el Código Aduanero, referente a la carga aeroexpresa, desarrollado acorde con políticas globales. Podría permitir a las principales empresas, y a todas aquellas que cumplan los requisitos, facilitar el comercio exterior en línea con las mismas normas que cumplimos en los principales países del mundo y que son las que está buscando la Aduana local", afirmó el ejecutivo.

CAMARA REGIONAL

as argentinas no sólo necesitan ser competitivas en calidad y precio, sino también en poder cumplir con los tiempos de entrega", explicó Barreiro, e UPS, firma que acaba de cumplir 5 años en el mercado argentino.

UPS, que llega a Ezeiza en un avión propio, apostó a la calidad de servicio, adició este año nuevos centros de atención al cliente y firmó un convenio con la Fundación Expotar, por el cual ofrece descuentos y beneficios a las empresas exportadoras argentinas que participan en las ferias internacionales.

"El mercado aeroexpreso crece más que la economía ya que es uno de los primeros eslabones de la cadena de

abastecimiento internacional. Nuestro mercado está creciendo por arriba de la economía ya que es una de las bases del comercio exterior", analizó Alejandro Jasiukiewicz, director comercial de DHL Express. El empresario agregó además que este incremento está relacionado al ingreso de "las pymes al mundo globalizado como de las grandes empresas que invierten en tecnología y aumentan sus importaciones para seguir abasteciendo al mundo con sus productos".

Según su testimonio, DHL Express creció en más del 100% cuando el PBI registra un 47% de incremento. Agregó además que, sólo en el último año, la dotación de empleados au-

mentó en un 11% y se invirtieron US\$ 2 millones en infraestructura (oficinas nuevas, centros operativos y de distribución).

"Como DHL Express hemos superado nuevamente las expectativas de crecimiento y esperamos continuar en esta senda. Vemos positivamente todo lo que se está haciendo en el sector para normalizar la actividad en general y para facilitar el comercio exterior aunque, Argentina aún debe alcanzar los estándares regulatorios que tiene el sector en los principales países del mundo", concluyó el ejecutivo.

Redacción Expotrade

**NUEVO IVECO DAILY**  
EL LÍMITE LO PONÉS VOS.

**DAILY**  
ADN PROFESIONAL

Robustez y Diseño. De eso se trata la nueva gama Daily. Camiones genéticamente modificados para realizar el trabajo de un utilitario, con todo el diseño y las comodidades de un auto. El aliado más fuerte y confiable por sus mejoras, su poder de carga y la solidez de cada una de sus partes. Subite a un Daily. Y piensa, ¿es un pequeño camión o un gran auto?

**IVECO**  
LEGA MÁS LEJOS

www.iveco.com.ar