**Cuestionario sobre la situación del mercado y el tráfico EMS correspondiente al año 2020**

Sírvase completar y devolver este cuestionario a la Oficina Internacional de la UPU tan pronto como le sea posible, pero **a** **más tardar el 31 de marzo de 2021**,por correo, telefax o correo electrónico a la siguiente dirección:

Bureau International de l’UPU

Unité EMS

3015 BERNE

SUIZA

Telefax: (+41 31) 351 52 00

Correo electrónico: [EMS.Unit@upu.int](mailto:EMS.Unit@upu.int)

**Respuesta del operador designado de**:

**I. Información de contacto**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Nombre completo | |  | |  | |
|  | Sra. |  | Sr. |
| Función/Cargo | | | | | |
| País | | | | | |
| Teléfono | Telefax | | | | |
| Correo electrónico | Fecha | | | | |

Un análisis situacional es una revisión de la situación actual de su empresa. Las respuestas sobre el producto, el mercado, las oportunidades y los desafíos del servicio EMS en su mercado deben ser claras y realistas para hacer posible que la Unidad EMS pueda trazar el camino a seguir desde la situación actual a la deseada. Para poder realizar un análisis situacional completo, es necesario reunir toda la información relativa a su producto y al mercado en el cual lo vende, incluidos datos sobre el tamaño del mercado, los competidores y los clientes que lo compran.

**II. Envíos EMS Internacionales**

1. ¿Cuántos envíos EMS internacionales fueron:

Despachados por su organización en 2020? Envíos

Recibidos por su organización en 2020? Envíos

2. Indique qué porcentaje de sus envíos EMS despachados son:

Documentos %

Mercaderías %

**Total = 100%**

2.1Indique qué porcentaje de sus envíos EMS de **mercaderías** despachados pesan:

De 0 a 3 kg %

De 4 a 10 kg %

Más de 10 kg %

**Total = 100%**

2.2 Indique para qué porcentaje de sus envíos EMS de **mercaderías** despachados son los derechos/las tasas para el despacho de aduana calculados/evaluados en destino.

%

3. ¿Cuál es la cuota actual de los envíos EMS internacionales en su mercado?

0–5% ❑

5–10% ❑

10–20% ❑

20–30% ❑

30–40% ❑

40–50% ❑

50–60% ❑

60–70% ❑

70–80% ❑

80–90% ❑

90–100% ❑

4. Asigne 100 puntos en total a las características abajo mencionadas para indicar el nivel de importancia de su proposición de valor para los envíos EMS internacionales en su mercado.

*Por ejemplo: 0 puntos si la característica «no se aplica» o «no es importante» para su proposición de valor en lo que respecta a los envíos EMS internacionales; 100 puntos si se aplica solo una; 10 puntos cada una si todas las características revisten el mismo nivel de importancia; 50/30/20, etc.*

Nivel de importancia (asigne en total 100 puntos)

Rapidez

Servicio puerta-a-puerta

Asequibilidad

Fiabilidad/Dentro del plazo

Entrega garantizada

Seguro/Protegido/Asegurado

Seguimiento/Prueba de entrega

Cobertura geográfica

Conveniente

Servicio de recogida

Servicio de devolución

**Total = 100**

5. Sírvase comparar el producto EMS internacional con los otros productos disponibles en su mercado para las siguientes características.

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | *No se aplica* | *Mucho peor que los otros* | *Apenas peor que los otros* | *Igual a los otros* | *Un poco mejor que otros* | *Mucho mejor que los otros* |
| Rapidez | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |
| Servicio puerta-a-puerta | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |
| Asequibilidad | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |
| Fiabilidad/Dentro del plazo | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |
| Entrega garantizada | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |
| Seguro/Protegido/Asegurado | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |
| Seguimiento/Prueba de entrega | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |
| Cobertura geográfica | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |
| Conveniente/Cómodo | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |
| Servicio de recogida | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |
| Servicio de devolución | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |

6. Si se realizaran mejoras en los siguientes aspectos del producto EMS internacional de su organización, ¿en qué medida mejoraría su capacidad de vender el producto EMS internacional?

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | *No se aplica* | *Muy poco* | *Apenas* | *Mucho* |
| Seguimiento/Prueba de entrega | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |
| Capacidad de pagar tasas/derechos de distribución | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |
| Despacho de aduanas/proceso de documentación | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |
| Distribución más rápida | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |
| Pérdida/avería/seguro | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |
| Métodos de pago de persona que envía/recibe el envío EMS | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |
| Posibilidad de escoger entre diferentes opciones de distribución | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |
| Herramienta de gestión de distribución de paquetes | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |
| Opciones de servicio de recogida | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |
| Descuentos del exportador/fijación de precios | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |
| Cobertura geográfica | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |
| Distribución/entrega garantizada | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |
| Servicio de devolución | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |

Otros (sírvase especificar):

**III. Precio**

7. ¿Cuál es el precio de venta en su **moneda local** para sus envíos EMS internacionales a los siguientes destinos para los pesos indicados?

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| *País* | *2 kg* | *5 kg* | *30 kg*  *(o como máximo si <30 kg)* |
| Arabia Saudita |  |  |  |
| Australia |  |  |  |
| Brasil |  |  |  |
| China (Rep. Pop.) |  |  |  |
| Estados Unidos de América |  |  |  |
| Gran Bretaña |  |  |  |
| Jamaica |  |  |  |
| Nigeria |  |  |  |
| Rusia (Federación de) |  |  |  |

7.1 Sírvase especificar cuál es su moneda local: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

8. ¿Cobra tarifas diferentes a diferentes tipos de clientes (comercial, privado, masivo)?

❑ Sí

❑ No

(Si su respuesta es afirmativa, sírvase responder las preguntas 8.1 a 8.3.)

8.1 Sírvase indicar el **tipo de productos** usado para definir tarifas diferenciadas para los clientes en lo que respecta a las exportaciones EMS:

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| ❑ | Envíos EMS internacionales solamente | ❑ | Todos los paquetes de productos internacionales | ❑ | Paquetes de productos internacionales y domésticos |

8.2 Sírvase indicar el criterio usado para definir tarifas diferenciadas para los clientes en lo que respecta a las exportaciones EMS:

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| ❑ | Volumen | ❑ | Peso | ❑ | Ganancias |

(Si el criterio es ganancias, sírvase especificar el requisito mínimo en la pregunta 8.3 en su **moneda local**.)

8.3 Sírvase indicar la **cantidad mínima** y el **período de tiempo** para definir las tarifas diferenciadas para los clientes en lo que respecta a las exportaciones EMS:

| *Cantidad mínima* | *Por año* | *Por mes* | *Por semana* | *Por envío* |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |

9. Sírvase proporcionar el desglose de los clientes que compran el producto EMS internacional:

Clientes de venta al por menor: %

Clientes bajo contrato: %

**IV. Comercio regional**

10. ¿Qué porcentaje de su volumen EMS internacional de salida y de llegada es enviado a/recibido de las siguientes regiones?

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | *EMS de salida* | *EMS de llegada* |
| África | % | % |
| Países árabes | % | % |
| Región Asia/Pacífico | % | % |
| Región del Caribe | % | % |
| Europa | % | % |
| América Latina | % | % |
| América del Norte | % | % |
| **Total =** | **100%** | **100%** |

11. ¿Cuáles son los dos principales destinos de sus exportaciones EMS **en su región**?

Primer destino principal: % del volumen de exportación EMS

Segundo destino principal: % del volumen de exportación EMS

11.1 ¿Cuáles son los dos principales destinos de sus exportaciones EMS **fuera de su región?**

Primer destino principal: % del volumen de exportación EMS

Segundo destino principal: % del volumen de exportación EMS

12. Para los envíos EMS internacionales exportados a las regiones abajo mencionadas, ¿cómo calificaría el nivel de cooperación de los Correos de destino en la mayoría de los países de las diferentes regiones (por ejemplo. disposición para ayudar a resolver los problemas, proactividad, responsabilidad, etc.)?

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | *No se aplica* | *Muy difícil* | *Un poco difícil* | *Neutro* | *Un poco fácil* | *Muy fácil* |
| África | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |
| Países árabes | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |
| Región Asia/Pacífico | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |
| Región del Caribe | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |
| Europa | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |
| América Latina | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |
| América del Norte | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |

13. Para los envíos EMS internacionales de salida a las siguientes regiones, ¿cómo calificaría el desempeño global de los Correos de destino en la mayoría de los países de las mismas (considerando, por ejemplo, fiabilidad, distribución, opciones de entrega, servicio de envíos contra reembolso, etc.)?

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | *No se aplica* | *Muy pobre* | *Un tanto pobre* | *Neutro* | *Apenas bueno* | *Muy bueno* |
| África | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |
| Países árabes | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |
| Región Asia/Pacífico | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |
| Región del Caribe | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |
| Europa | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |
| América Latina | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |
| América del Norte | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |

**V. Clientes**

14. ¿Qué porcentaje de su volumen de exportación EMS es enviado a los siguientes grupos de clientes?

B2B[[1]](#footnote-2) %

B2C %

C2B %

C2C %

**Total 100%**

**IV. Socios**

15. ¿Tiene socios su organización con una empresa de mensajería exprés para los servicios internacionales?

❑ Sí

❑ No

(Si su respuesta es afirmativa, sírvase responder la pregunta 16.)

16. ¿Comprende esta asociación alguna de los siguientes elementos?

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Sí | No |
| Servicio de paquetes | ❑ | ❑ |
| Carga | ❑ | ❑ |
| Despacho de aduanas | ❑ | ❑ |
| Responsabilidad ampliada | ❑ | ❑ |
| Transporte | ❑ | ❑ |
| Entrega en el último kilómetro | ❑ | ❑ |
| Entrega garantizada | ❑ | ❑ |

Otros (sírvase especificar):

**VII. Comercio electrónico**

17. Sírvase indicar si alguno de los siguientes mercados en línea vende productos de su país **y** los envían a clientes internacionales:

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| ❑ | Alibaba Group | ❑ | Cdiscount | ❑ | JadoPado | ❑ | Mercado Libre | ❑ | Sopee |
| ❑ | Amazon | ❑ | Crazydeals | ❑ | JD.com | ❑ | Mydeal | ❑ | Takealot |
| ❑ | Americanas | ❑ | daylily | ❑ | Jumia | ❑ | Noon | ❑ | Tatacliq |
| ❑ | Allegro | ❑ | eBay | ❑ | Kaymu | ❑ | Okazii | ❑ | trademe |
| ❑ | bidorbuy | ❑ | Fyndiq | ❑ | Konga | ❑ | Otto | ❑ | Walmart |
| ❑ | CaribShopper | ❑ | Gmarket | ❑ | Lazada | ❑ | Rakutan | ❑ | Zalando |
|  |  |  |  | ❑ | Linio | ❑ | snapdeal | ❑ | Zozotown |

Sírvase enumerar cualquier otro mercado en línea que hace envíos internacionales desde su mercado:

18. Sírvase indicar si su Correo tiene una relación comercial con alguno de los siguientes mercados en línea para usar el servicio EMS internacional:

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| ❑ | Alibaba Group | ❑ | Cdiscount | ❑ | JadoPado | ❑ | Mercado Libre | ❑ | Sopee |
| ❑ | Amazon | ❑ | Crazydeals | ❑ | JD.com | ❑ | Mydeal | ❑ | Takealot |
| ❑ | Americanas | ❑ | daylily | ❑ | Jumia | ❑ | Noon | ❑ | Tatacliq |
| ❑ | Allegro | ❑ | eBay | ❑ | Kaymu | ❑ | Okazii | ❑ | trademe |
| ❑ | bidorbuy | ❑ | Fyndiq | ❑ | Konga | ❑ | Otto | ❑ | Walmart |
| ❑ | CaribShopper | ❑ | Gmarket | ❑ | Lazada | ❑ | Rakutan | ❑ | Zalando |
|  |  |  |  | ❑ | Linio | ❑ | snapdeal | ❑ | Zozotown |

Sírvase enumerar cualquier otro mercado en línea que usa el servicio EMS internacional:

19. Sírvase indicar qué tipos de transportistas son los **principales** competidores para el servicio EMS internacional en su mercado:

❑ Transportistas directos integrados (por ejemplo, Blue Dart, DHL, DPD, FedEx, SF Express, Toll, UPS, etc.)

❑ Intermediarios de correo/proveedores de servicios de consolidación (por ejemplo, 4PX, Asendia, Geopost, GPS, IMEX, Landmark Global, etc.)

❑ Expedidores de carga (por ejemplo, Apex, DB Schenker, FNS, Kuehne+ Nagel, Nippon, Panalpina, Sinotrans, etc.)

❑ Oficinas de cambio extraterritoriales (por ejemplo, operaciones internacionales en su mercado)

Otros (sírvase especificar):

20. Sírvase indicar si alguno de los **transportistas** **mencionados a continuación** son los principales competidores para el servicio EMS internacional en su mercado:

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| ❑ | DHL | ❑ | FedEx | ❑ |  | GLS | ❑ | UPS |

Otros (sírvase especificar):

21. Sírvase indicar el tipo de métodos de ventas usados para promocionar los productos EMS a los vendedores en línea:

❑ Personal de venta directa (por ejemplo, gestión de cuentas específicas, etc.)

❑ Personal de venta interna (por ejemplo, generales a través de centros de llamadas, etc.)

❑ Redes sociales (por ejemplo, Facebook, YouTube, etc.)

❑ Sitio web del Correo

❑ Correo directo, correo electrónico u otras herramientas de marketing orientadas a sectores específicos

❑ Medios como ser la prensa, la televisión o la radio

❑ Ninguno

Otros (sírvase especificar):

22. Sírvase indicar si su Correo tiene o tiene previsto desarrollar cualquiera de las soluciones de tecnología logística para el servicio EMS internacional mencionadas a continuación:

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | *Ya tiene* | *En desarrollo* | *Desearía ofrecer, pero no cuenta con la capacidad para hacerlo* | *No tiene previsto*  *o no ha considerado hacerlo* |
| Calculadora del costo total del envío | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |
| Documentación aduanera automatizada/pre-notificada/artículos prohibidos | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |
| Conexión de datos expedidor-aduana-destinatario | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |
| Calculadora del tiempo de tránsito | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |
| Herramientas de integración del sitio web | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |
| Verificación de dirección de destino | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |
| Opciones en lo que se refiere a lugares de entrega | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |
| Soluciones móviles | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |
| Seguimiento/visibilidad mejorados | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |
| Gestión de la entrega | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |
| Análisis de datos | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |
| Solución de devolución de mercaderías | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |

Muchas gracias por completar el presente cuestionario.

1. B2B empresa-a-empresa (incluido el estado como empresa y B2B2C); B2C empresa-a-consumidor; C2B consumidor-a-empresa; C2C consumidor-a-consumidor. [↑](#footnote-ref-2)