



POSTAL NEWS

PARA PUBLICACIÓN INMEDIATA
10 de octubre de 2006

Contacto: Relaciones con los medios
202-268-2155
Comunicado de prensa N° 06-64
www.usps.com.

El Servicio Postal quiere "seguir pareciéndose a los Estados Unidos de América"

El Director General de Correos habla ante la organización de empleados postales hispanos durante el Mes Nacional de la Herencia Hispana

San Antonio, TX – John E. Potter, Director General de Correos, habló en un congreso de empleados postales hispanos que se realizó el fin de semana y les dijo nunca antes había habido una época tan propicia como ésta para prepararse para futuras oportunidades laborales en el Servicio Postal. El Servicio Postal tendrá pronto un gran movimiento de personal dado que la generación perteneciente al *boom* de la natalidad está llegando a la edad de jubilarse. Potter afirmó que es importante atraer a personas idóneas de diversos sectores de la población, incluso hispanos, y otorgarles ascensos en función de su desempeño porque "nuestra meta es seguir pareciéndonos a los Estados Unidos de América, aun cuando este país continúe cambiando".

Potter pronunció estas palabras en el congreso de la Organización Hispana de Empleados Postales (HOPE en inglés) que se realizó en San Antonio, TX. Los hispanos constituyen actualmente la minoría más grande de la población estadounidense: 14 por ciento de la población. Se estima que para el año 2050 casi el 25 por ciento del país será de ascendencia hispana.

Potter declaró también que, cuando se trata de los clientes, el Servicio Postal tiene que identificar las necesidades de los nuevos grupos demográficos, y de responder a ellas.

"Tenemos que satisfacer las condiciones de los clientes, superar los problemas de idiomas y ofrecer servicios que sean compatibles con los distintos estilos de vida". En el caso de los clientes hispanos, el Servicio Postal está logrando su propósito mediante las actividades de su Programa Hispano Nacional y la labor que desarrolla con las organizaciones hispanas nacionales, la ayuda que presta para realizar ferias de pasaportes en las comunidades étnicas locales y el diseño de los Centros Postales Automatizados (APC) para comunicarse en español.

Susan LaChance, Vicepresidente de Desarrollo de Empleados y Diversidad, informó a los participantes de HOPE que el Servicio Postal ha creado programas que ellos y todos los empleados postales tienen que aprovechar para avanzar en sus carreras. Destacando que el Director General Potter comenzó su carrera postal como empleado administrativo y que ella se inició como administrativa y carterera, LaChance dijo "Estoy orgullosa de que los puestos postales de todos los niveles continúen ofreciendo tanto a quienes los ocupan. Pero en mi calidad de

gerente responsable del desarrollo, también quiero que sea lo más sencillo posible poder ascender tan alto en esta organización como las aptitudes y la tenacidad del empleado lo permitan".

EL Programa Hispano Nacional es uno de los tantos programas de diversidad que tiene el Servicio Postal y que están destinados a garantizar que todos los empleados tengan las mismas oportunidades de competir en todos los aspectos de sus empleos.

-30-

Desde 1775 el Servicio Postal de EE.UU. y su institución antecesora, el Departamento de Correos, ha conectado a amigos, familiares, vecinos y empresas por vía postal. Este organismo federal autónomo que diariamente visita a más de 144 millones de hogares y empresas, es el único proveedor de servicios que hace entregas a todas las direcciones del país. El Servicio Postal no recibe fondos impositivos para solventar sus operaciones habituales. Sus ingresos operativos surgen de la comercialización de franqueos postales, productos y servicios. Con ingresos anuales de \$70,000 millones, es el principal proveedor mundial de servicios postales y encomiendas, además de ofrecer aranceles postales que se encuentran entre los más económicos del mundo. El Servicio Postal de EE.UU. entrega más del 46% del volumen postal del mundo (cerca de 212 mil millones de cartas, material publicitario, publicaciones y paquetes por año). Tiene diez millones de clientes diarios y posee más de 37,000 locales de atención al público en todo el país.

#