

Número 1/2003

Enero

Febrero

Marzo de 2003



En este número...

| | Página |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|
| Cubierta | |
| Una joven cartera maltesa en el pintoresco camino de su itinerario de reparto (<i>foto: Maltapost</i>). | |
| Prólogo | 2 |
| Ante los nuevos desafíos | |
| Apuntes | 3 |
| TPG contribuye a la lucha contra el hambre | |
| Correos africanos se forman en los servicios en línea | |
| Renovación filatélica en Africa | |
| Cada vez más cartas para la fiesta de San Valentín | |
| Exposición de la prensa con la que se imprimió el <i>penny black</i> | |
| Reforma y desarrollo del Correo | |
| Conocer mejor el sector postal para atraer más inversores | 6 |
| Se crea una nueva estructura postal en Marruecos | 11 |
| Afganistán: se prestan los servicios postales básicos a pesar de graves escaseces | 14 |
| Tecnología postal | |
| Las tecnologías de vanguardia al servicio de la clasificación | 17 |
| POST*Code: un direccionamiento al servicio de todos | 20 |
| Congreso de 2004 de la UPU | |
| Rumania acogerá el Congreso de 2004 de la UPU | 22 |
| Rúbricas | |
| <i>Diálogo con los dirigentes postales</i> | |
| Thomas E. Leavey, Director General de la UPU | 24 |
| <i>Una Oficina de Correos bajo los proyectores</i> | |
| Naxxar (Malta) | 28 |
| <i>Foro Filatélico</i> | |
| Cuando nuestras tarjetas postales eran nuestros e-mails | 30 |

Ante los nuevos desafíos

Con la designación del país anfitrión del 23º Congreso de la Unión Postal Universal, la UPU y sus miembros son llamados a decidir con claridad los desafíos a los que deben hacer frente la organización y los servicios postales hasta el Congreso de 2004 y después del mismo. Thomas E. Leavey, Director General de la UPU, nos habla de esos desafíos en el marco de una entrevista que concedió a *Union Postale* y describe el papel y la importancia de la UPU en un entorno postal en evolución.

Union Postale examina también las modalidades y los medios utilizados para llevar a cabo con éxito la reforma del sector postal, sobre todo con el apoyo del Grupo del Banco Mundial. Las tecnologías de la información y de la comunicación abren nuevas perspectivas a los países en desarrollo, contribuyen al crecimiento económico y facilitan el acceso a los servicios básicos, al mismo tiem-

po que salvan la laguna numérica. El Banco Mundial reconoce el papel fundamental que desempeñan los servicios postales modernos en las infraestructuras de información y de comunicación de un país y para la «nueva economía». El artículo sobre la modernización de los servicios postales marroquíes ilustra la exitosa realización de la reforma por el Gobierno y el operador Barid Al-Maghrib.

Otro artículo vuelve a abordar la «Petición de ayuda de Afganistán» (*Unión Postale* 1/2002) y da cuenta de los esfuerzos realizados por la UPU y sus Países miembros para ayudar a Afganistán a rehabilitar su servicio postal.

La rúbrica «Foro filatélico» nos propone una reseña histórica de la tarjeta postal y el éxito de la cartofilia actual.

La redacción

Apuntes

TPG contribuye a la lucha contra el hambre

TPG, empresa neerlandesa de correos, del correo por expreso y de la logística, está asociada al Programa Alimentario Mundial de las Naciones Unidas (PAM) para luchar contra el hambre en el mundo. Bajo el lema «Para que el mundo avance», TPG se propone recurrir a las competencias de sus tres filiales, entre las que figura Royal TPG Post, para aportar su contribución a esta gran causa. En la práctica, esto ya se ha traducido en un compromiso de 5 millones de EUR en el PAM en el transcurso del primer año de coparticipación. Esta contribución adopta la forma de pericia y de recursos financieros en los campos de los procedimientos de urgencia y de la distribución por expreso, del desarrollo de la logística y de la gestión de los depósitos, de los programas de alimentación escolar y de la búsqueda de recursos de financiación.

Cada noche, millones de personas se acuestan con el estómago vacío y, cada cinco segundos, un niño muere de desnutrición. Sin embargo, la industria alimentaria mundial produce lo suficiente para alimentar al conjunto de los habitantes de nuestro planeta. Hacer llegar alimentos a los que los necesitan depende en gran parte del buen funcionamiento de los medios logísticos. En 2001, el PAM distribuyó 4,2 millones de toneladas de alimentos a los más necesitados. Desde su creación, hace de ello cuarenta años, los esfuerzos desarrollados por el PAM han permitido alimentar a más de mil millones de personas. Peter Bakker, PDG de TPG, precisa a este respecto que «el PAM se ocupa de las cuestiones logísticas relacionadas con la gestión de las operaciones en 82 países. Nuestra coparticipación nos permite compartir nuestras competencias en materia de transporte y de logística para ser lo más eficaces posible en el campo primordial que es la lucha contra el hambre en el mundo.»

Correos africanos se forman en los servicios en línea

Los representantes de nueve países africanos se reunieron en Roma a fines de 2002 en un seminario-taller organizado por Poste Italiane, en cooperación con la Unión Postal Universal y la Unión Panafricana de Correos. Esta manifestación, consagrada a los servicios postales, financieros y administrativos en línea, permitió también a Poste Italiane examinar las nuevas tecnologías aplicadas a su política de asistencia técnica a los países en desarrollo. Los participantes procedían de Burkina Faso,

de Burundi, de Ghana, de Kenia, de Nigeria, de Uganda, de Senegal, de Tanzania (Rep. Unida) y de Zambia.

Según Carlo Petrini, Jefe de las Relaciones Internacionales de Poste Italiane, Internet constituye el medio más rápido y más eficaz para estimular el desarrollo de los servicios postales, ya sean tradicionales o nuevos, y abre el acceso a estos servicios al mismo tiempo que contribuye a modernizar los servicios de dichos países. Poste Italiane compartió sus experiencias en la materia, especialmente sobre el abastecimiento en línea, el ciber-gobierno y los servicios financieros electrónicos, y presentó sus estrategias para hacer frente a estas nuevas necesidades. Claude Guillemain, Coordinador de proyectos de la UPU, destacó el compromiso de la Unión a favor de compartir los conocimientos y la pericia de los correos de los países desarrollados a favor de los países en desarrollo para que estos últimos puedan crear sus propios servicios.

Renovación filatélica en Africa

La filatelia africana conoce una «renovación» desde el lanzamiento de los trabajos del Grupo de Acción para la Promoción de la Filatelia en Africa (GAPFA), que celebró su primera reunión en el pasado mes de febrero en Arusha, (Rep. Unida de Tanzania). Organizado conjuntamente por la Unión Panafricana de Correos (UPAP) y la UPU, este encuentro brindó a los representantes de Sudáfrica, de Kenia, de Somalia, de Swazilandia y de Tanzania la ocasión de reafirmar la identidad cultural e histórica de Africa a través del desarrollo de la filatelia. Encabezan las prioridades del GAPFA la protección de los ingresos postales, la defensa de los intereses y de la propiedad intelectual de los países emisores y la lucha contra las emisiones ilícitas y abusivas de sellos de correos. El GAPFA está encargado también de facilitar una asistencia técnica, de impartir formaciones y de promover la filatelia entre los jóvenes para sentar sólidas bases para una nueva política filatélica en Africa.

Cada vez más cartas para la fiesta de San Valentín

Cada año, unas semanas antes del 14 de febrero, los servicios de correos del mundo entero distribuyen millones de cartas, de tarjetas de felicitación y de regalos transmisores de mensajes de amistad y de amor. Se dice que la fiesta de San Valentín es el acontecimiento del año que genera el mayor excedente de correo después de Navi-

dad y Año Nuevo. Francia y Canadá tienen la suerte de poseer una oficina de Correos que lleva el nombre de San Valentín, donde las cartas de amor pueden ser mataselladas con un sello especial. La oficina de Correos de la ciudad americana de Loveland (Colorado) registra también un intenso movimiento en estas fechas del año. Numerosos servicios de correos aprovechan también la ocasión para emitir sellos de correos especiales.

Según la leyenda, San Valentín era un sacerdote que vivía bajo el reino del emperador Claudio el Cruel. Este encontraba dificultades para reclutar soldados, pues los hombres se negaban a abandonar sus seres queridos para integrarse en las legiones militares. Ordenó pues la anulación de todos los matrimonios en Roma. Pero el buen

San Valentín ayudó a los mártires cristianos y siguió casando en secreto a las parejas que así lo deseaban. Fue encarcelado y ajusticiado el 14 de febrero del año 269 de la era cristiana. En 496 después de J.C., el papa Gelasio declaró el 14 de febrero día de San Valentín.

Según otros historiadores, en la Roma antigua, las fiestas lupercales empezaban tradicionalmente el 15 de febrero. En víspera de la fiesta, los nombres de las jóvenes se colocaban en una urna y los jóvenes podían, mediante sorteo, encontrar a una pareja para la fiesta. Sucedía a veces que los jóvenes se enamoraban y se casaban.

El 14 de febrero se convirtió progresivamente en la ocasión de intercambiar mensajes de amor, lo cual repercutía en un incremento del beneficio del Correo.

Exposición de la prensa con la que se imprimió el *penny black*

La última de las prensas utilizadas para imprimir el primer sello de correos del mundo, el *penny black* se expone en la British Library de Londres.

La antigua prensa, que data de 1819 se utilizaba para producir hojas de 240 sellos. Esta prensa, lo mismo que varias otras, se conservó en los locales de la imprenta londinense Perkins, Bacon & Petch que, en mayo de 1840, cesó de producir papel de estampar con membrete para imprimir los primeros sellos de Correos, a saber el *one penny black* y el *two pence blue*. La prensa fue utilizada para producir sellos británicos hasta el año 1870.

Esta prensa, inventada por un expatriado americano de Boston llamado Joseph Perkins, sirvió también para imprimir numerosos sellos utilizados por las colonias británicas. Se trata sobre todo de sellos utilizados por el Cabo de Buena Esperanza (Sudáfrica), Mauricio, Trinidad, Australia occidental, Ceylan y Santa Elena (a petición de los mandatarios de Su Majestad), así como sellos para Nuevo Brunswick, Nueva Gales del Sur, Victoria, Nueva Zelanda, las islas Jónicas y la Compañía Británica de Sudáfrica (por contrato directo).

Manifestaciones postales previstas para 2003

| | | |
|---------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------|
| 31 de marzo – 11 de abril | Consejo de Explotación Postal (CEP) de la UPU, Berna (Suiza) | www.upu.int |
| 7 de abril | Día del Cliente/Foro del CEP | www.upu.int |
| 14 – 15 de mayo | Conferencia «Work Mail and Express Europe conference and exhibition», Roma (Italia) | www.triangle.eu.com |
| 4 – 7 de junio | Conferencia sobre la economía postal y la distribución, Toledo (España) | www.crrr.rutgers.edu/post/ |
| 29 de junio – 1º de julio | Pochtovaya Troika 2003: «Foro sobre el servicio postal – Infraestructura de la sociedad moderna», organizado por el Ministerio de Comunicaciones y de la Informatización de la Federación de Rusia | |
| 7 – 9 de octubre | POST-EXPO 2003, Bruselas (Bélgica) | www.postexpo.com |
| 9 de octubre | Día mundial del Correo | |
| 13 – 24 de octubre | Consejo de Administración (CA) de la UPU, Berna (Suiza) | www.upu.int |

Fotos:

Fig. 1. – Los representantes de nueve países africanos participaron en un seminario-taller sobre los servicios postales, financieros y administrativos en línea, organizado recientemente por Poste Italiane, en cooperación con la Unión Postal Universal y la Unión Panafricana de Correos.

Figs. 2 y 3. – Participantes en la primera reunión del Grupo de Acción para la Promoción de la Filatelia en Africa (GAPFA), organizada conjuntamente por la UPU y la UPAP en Arusha (Rep. Unida de Tanzania) en febrero de 2003.

Fig. 4. – Una copia de la carta más antigua que se ha podido encontrar hasta la fecha relacionada con la fiesta de San Valentín, en lengua inglesa, expuesta en la British Library de Londres. Escrita en 1477, esta carta fue enviada por Margery Brews, de Norfolk, a John Paston, su novio. En esta carta, Margery explica que ha pedido a su madre que ejerza presión en su padre para aumentar su dote, pero dice también a John que, si la ama, se casará con ella pase lo que pase. El 14 de febrero pasado, algunas misivas relacionadas con la fiesta de San Valentín distribuidas por los servicios de Correos en el mundo han expresado quizás sentimientos semejantes.

Conocer mejor el sector postal para atraer más inversores

La desregulación y la liberalización del mercado postal han estimulado la competencia en el sector postal. Una fuerte presión se ejerce desde entonces en los operadores postales tradicionales para que definan nuevas estrategias de empresa y den muestras de más eficacia en los niveles operativo y financiero para poder responder a las crecientes exigencias de la clientela. Estos fenómenos han dado lugar a cierto número de proyectos de reforma en los países desarrollados y en los países en desarrollo. Sin embargo, una acuciante necesidad de ayuda sigue dejándose sentir actualmente en los países en desarrollo para reestructurar el sector postal, permitir reformas de carácter liberal y transformar a los operadores postales tradicionales en verdaderas empresas. Por no disponer de las fuentes financieras necesarias para realizar dichas reformas, estos países se encuentran en competencia para la obtención de los recursos financieros disponibles. En resumidas cuentas, únicamente los mejores dossiers obtendrán los créditos necesarios para la puesta en marcha de una reforma seria.

A raíz de una decisión del Congreso de Washington 1989, la UPU se lanzó a diversos programas de ayuda a la reforma de las Administraciones postales de los países en desarrollo. Esta decisión condujo también a la creación, en 1999, del Grupo de Acción para el Desarrollo Postal (GADP) de la UPU, que tiene por finalidad ayudar a los servicios de correos para encontrar los recursos financieros que necesitan a tal efecto. La coparticipación de la UPU con las instituciones financieras internacionales, especialmente con el Grupo del Banco Mundial, ha generado importantes recursos y ha estimulado la reforma postal aportando una valiosa pericia financiera.

Este artículo examina la participación del Banco Mundial en el proceso de reforma postal y los esfuerzos desarrollados para estimular las inversiones financieras en el sector.

Desarrollo económico, lucha contra la pobreza y laguna numérica

El Banco Mundial reconoce que los servicios postales desempeñan un papel de primer orden en la organización económica y social de los países, habida cuenta de que sectores enteros de la industria, del comercio, de los

servicios y del sector financiero de dichos países son interdependientes de la infraestructura postal. Los servicios postales pueden, además, contribuir a la lucha contra la pobreza, pues constituyen con frecuencia el medio de comunicación más fácil de acceso y el más abordable. Las vastas redes de recogida, de distribución, de transporte y de puntos de ventas postales pueden también servir para la prestación de toda una gama de servicios con valor añadido, especialmente de transacciones electrónicas y de acceso a Internet a través de los terminales públicos. Desde este punto de vista, el sector postal aparece como una pieza maestra de las infraestructuras de información y de comunicación de los países que permite contribuir a superar la laguna numérica. Esta es la razón por la cual el Banco Mundial ha incluido los servicios postales en su Departamento de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación (GICT).

Según Isabelle Andrés, especialista de los asuntos postales en el GICT: «Existen verdaderas sinergias entre el Correo, los Telecom e Internet, y es muy probable que, dentro de diez o veinte años, algunos operadores postales dispondrán de su propia licencia de explotación y explotarán una infraestructura de telecomunicación.»

Establecer un entorno fecundo y reforzar a los operadores postales tradicionales

El Banco Mundial estima que una presencia más pronunciada del sector privado en el sector postal, así como una orientación más liberal de este último pueden estimular el crecimiento, mientras que la salvaguardia del servicio postal universal puede ser garantizada por un marco reglamentario apropiado.

Para crear un contexto favorable al crecimiento, los gobiernos deben elaborar una estrategia para el sector postal. La reforma sectorial es un campo en el cual el Banco Mundial aconseja a los gobiernos en materia de servicio universal, de estructura del mercado, de competencia, de reglamentación y de privatización, principalmente en los sectores de las telecomunicaciones y de los servicios postales, y más específicamente en lo que concierne a la transición de vastos mercados públicos y monopolísticos hacia estructuras de mercado dinámicas y competitivas que tengan al sector privado como fuerza de choque. Los consejos que el Banco prodiga versan principalmente sobre la estrategia sectorial, el encadenamiento de las reformas, la legislación y la reglamenta-

ción, la privatización de los poseedores de monopolio y la supresión de los obstáculos que se oponen a la inversión.

Otro aspecto es el refuerzo de los marcos reglamentarios. El Banco Mundial estima que una reglamentación eficaz es de importancia vital para los mercados de las tecnologías de la información y de la comunicación, sobre todo si se quiere salvaguardar el servicio universal en un sector progresivamente liberalizado. El Banco Mundial estimula la creación de organismos de reglamentación independientes, así como la aplicación de normas y de reglamentos que favorezcan la competencia, a fin de equilibrar las oportunidades y de proteger a los consumidores.

Complementos indispensables de la nueva estrategia sectorial que muestra la vía del crecimiento mediante una liberalización progresiva del mercado, la modernización y el refuerzo del operador postal tradicional son el otro factor clave del éxito de la reforma postal.

Para poder hacer frente a los nuevos desafíos y aprovechar las nuevas oportunidades, los servicios postales de numerosos países en desarrollo necesitan una seria reorganización, la primera etapa es generalmente la transformación del operador postal tradicional en sociedad, lo cual permite su separación de la administración central y constituye un paso hacia una gestión capitalista de la empresa. La calidad de servicio, la productividad, la concentración global de los intereses en el cliente y el mercado deben mejorar, y lo mismo cabe decir de la contabilidad general y de la gestión. Sólo una vez transformados en empresas modernas los servicios postales públicos podrán llegar a ser competitivos y financieramente viables. Es en esta fase cuando el Banco Mundial puede establecer la diferencia y adelantar los capitales.

El compromiso del gobierno es de importancia capital

El Banco Mundial no trata directamente con los operadores postales, sino únicamente con los gobiernos. Ante todo, el gobierno debe pedir la reforma del sector postal, comprometiéndose al mismo tiempo a hacer de modo que esta reforma abarque todos los aspectos. «El Banco Mundial, declara Isabelle Andress, no invertirá en un operador postal determinado sino que considerará la reforma del sector en su conjunto – estrategia sectorial, con textos legislativo y reglamentario, acceso para todos –, así como las inversiones necesarias para el operador público tradicional».

Una vez que el Banco Mundial ha registrado la solicitud de un gobierno, inicia una misión de identifica-

ción del proyecto. Esta misión es seguida de una fase de preevaluación y después de una fase de evaluación, durante las cuales el Banco Mundial determina los detalles del proyecto de reforma y fija el importe de las inversiones, ello antes de iniciar las negociaciones con el gobierno solicitante. Sólo en esta fase la solicitud es sometida al Consejo de Administración del Banco Mundial. El conjunto de este proceso puede durar entre dieciocho y veinticinco meses.

Poca presencia, pocos recursos

El Banco Mundial está actualmente comprometido en una docena de proyectos de interés para el sector postal. En la mayoría de los casos, estos proyectos forman parte de proyectos de reforma con facetas múltiples del sector público o financiero, que asocian generalmente en un mismo proyecto los sectores del correo y de las comunicaciones. La parte otorgada, por término medio, a la reforma postal es estadísticamente inferior al millón de dólares. Ahora bien, ¿por qué la reforma postal está clasificada en un nivel tan bajo en el orden de las prioridades?

«Una razón de ello es el desconocimiento del peso económico del sector postal, afirma Isabelle Andress. Todos convienen en decir que la reforma postal favorece el desarrollo económico, pero existen aún demasiado pocos estudios económicos y temáticos sobre las ventajas para la población de cada dólar invertido en la reforma postal. Sin dejar de ser un banco de desarrollo, el Banco Mundial trabaja en proyectos considerados rentables a corto plazo. Cuando se ignora cuál es el producto de la inversión, resulta muy difícil convencer a quienes deciden para que inviertan en el sector postal.»

Conocer mejor la economía del sector postal

Pero incluso antes de poder determinar en qué proporción el sector postal contribuye a la economía de un país, una definición de lo que es el sector postal resulta imprescindible. Y este es, según Isabelle Andress, uno de los aspectos principales del problema: «La liberalización rápida del mercado y el aumento de la competencia impiden ya reducir el sector postal a un operador postal único nacional y tradicional. Tenemos que tomar en cuenta a los transportistas por expreso internacionales y a otros operadores públicos y privados, e incluso al sector informal, que propone servicios postales fuera de las estructuras reglamentadas. Únicamente entonces podremos tener una visión realista del sector postal en su conjunto. Pero resulta extremadamente difícil, pues los ope-

radores privados se resisten a facilitar informaciones sobre sus volúmenes y sus beneficios. Esta situación explica que resulte mucho más difícil para el Banco Mundial comprometer fondos en el sector postal que, por ejemplo, en el de las telecomunicaciones, pues sencillamente no existen pruebas suficientes del valor del sector postal en términos de rendimiento económico de las inversiones. Así pues, debemos mejorar nuestros conocimientos y adoptar un procedimiento cuantitativo más sistemático.»

Para reforzar sus conocimientos del sector postal, el Banco Mundial empezó a constituir un banco de datos esencialmente económicos: «Este es un proyecto a largo plazo, explica Isabelle Andress, pero cuantos más ejemplos de éxito reunamos que demuestren que ello vale la pena, más fácil nos resultará garantizar la asignación de fondos más importantes a los proyectos de reforma postal.»

La UPU a favor de compartir los datos

La Oficina Internacional de la UPU se ha comprometido a comunicar al Banco Mundial las informaciones y las

estadísticas de que dispone sobre el servicio postal. «La base de datos estadísticos de la UPU referentes a sus Países miembros está abierta al Banco Mundial, afirma Luiz L.F. Pinheiro, Director de la Cooperación para el Desarrollo y las informaciones recogidas sobre el terreno por nuestros Consejeros Regionales pueden resultar particularmente útiles en el caso de algunos proyectos específicos. Aunque todo esto es de gran utilidad para el Banco Mundial, no le confiere la visión global deseada del sector postal en su conjunto. La UPU, por intermedio de su Secretaría y del GADP, y el Banco Mundial exploran actualmente pistas para superar este obstáculo. Estimo, por mi parte, que el valor del sector postal para la economía de los países es aún ampliamente subestimado.»

Para más amplias informaciones sobre la política del Banco Mundial en materia de reforma postal:

<http://info.Worldbank.org/ict/policyPostalService.html>

En lo que concierne a las actividades de la UPU en materia de desarrollo postal, de reforma del Correo y de cooperación técnica, véase:

<http://www.upu.int/postaldevreform/fr/index.shtml>

Nueva edición del Manual de Cooperación Técnica

A fin de ayudar a los países a entender mejor los procedimientos de cooperación técnica y de reforma postal, la Dirección de la Cooperación para el Desarrollo de la Oficina Internacional y el Grupo de Acción para el Desarrollo Postal (GADP) han publicado un Manual de Cooperación Técnica. La primera parte del Manual constituye una introducción general a la cooperación técnica a favor de los países en desarrollo, mientras que la segunda parte expone los principios rectores que guían los estudios de preevaluación y de evaluación destinados a ayudar a los servicios de Correos a obtener los fondos necesarios para la financiación de los proyectos de desarrollo. El Manual propone también un modelo de procedimiento a seguir concerniente a las actividades y los estudios a realizar previamente a la obtención de subvenciones o de préstamos, con miras a la reestructuración de las organizaciones postales. La tercera parte constituida por una guía práctica del procedimiento de cooperación técnica de la UPU, es un añadido reciente. El Manual puede encargarse a la dirección siguiente: publications@upu.int.

El Grupo del Banco Mundial

El Grupo del Banco Mundial, fundado en 1944, es la fuente más importante de ayuda al desarrollo que existe en el mundo. En el año 2002, el importe de los préstamos concedidos por la institución a sus países clientes ascendió de 19 500 millones de USD. El Grupo actúa en más de cien economía en desarrollo, a las cuales aporta una ayuda mixta en forma de fondos y de ideas para mejorar el nivel de vida y erradicar las peores formas de pobreza. El Grupo colabora con organismos gubernamentales, organizaciones no gubernamentales y el sector privado y elabora estrategias de asistencia. Las representaciones del Grupo en 67 países aseguran el enlace con el gobierno y la sociedad civil y tienen como misión sensibilizar en lo tocante a las cuestiones de desarrollo. El Grupo del Banco Mundial está constituido por 184 países miembros, cuyas opiniones e intereses están representados por un Consejo de Gobernadores y un Consejo de Administradores que tiene su sede en Washington. Los países miembros son accionistas que poseen el poder de decisión final.

La UPU y el Banco Mundial firmaron en el año 2001 una declaración de intención relativa a una creciente cooperación entre las dos organizaciones.

Proyectos del sector postal del Banco Mundial

| País | Título del proyecto | Objetivos postales | Importe del componente postal (USD) |
|-----------------|--------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------|
| Argelia | Reforma de los P & T | Creación del Algérie-Poste y de un órgano de reglamentación postal | 1,3 millones |
| | Desarrollo de las TIC | Transformación de Algérie-Poste en instrumento de acceso a las redes electrónicas | 7 millones |
| Camerún | Coparticipación pública/privada | Modernización de la Société Nationale des Postes de Camerún y creación de una filial encargada de los servicios financieros postales | 0,6 millones |
| Comoras | Desarrollo de PME | Separación del Correo y de la caja de ahorros y privatización de ésta última | No determinado |
| Gabón | Privatización y refuerzo de las capacidades en materia de reglamentación | Modernización de Gabón Poste | No determinado |
| Honduras (Rep.) | Gestión de las financiaciones públicas | Mejoramiento de la eficiencia de la red y del marco reglamentario | No determinado |
| Lesotho | Proyecto de reforma de los servicios públicos de Lesotho | Mejoramiento del acceso a los servicios de comunicación en las zonas rurales | No determinado |
| Mauritania | Reforma del Correo y de las telecomunicaciones | Instalación de un marco reglamentario para el sector postal y rentabilización de MAURIPOST | Unos 2 millones |

| Proyectos del sector postal del Banco Mundial (continuación) | | | |
|--------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|
| País | Título del proyecto | Objetivos postales | Importe del componente postal (USD) |
| Marruecos | Préstamo al desarrollo de las infraestructuras del sector de la información (IISDL) | Modernización de los marcos legislativo y reglamentario; reestructuración de Barid Al-Maghrib | Integrado en un plan de ajuste estructural, no se especifica ningún importe |
| Mozambique | Proyecto de reforma del sector de las comunicaciones | Examen completo del sector postal y elaboración de una estrategia sobre la base de las posibilidades en materia de TIC | A determinar |
| Níger | Programa de reforma del sector financiero | Modernización del Servicio Nacional de Correos y del Ahorro y creación de una filial encargada de los servicios financieros postales | Unos 2 millones |
| Samoa | Reforma de los P & T | Mejoramiento del acceso a los servicios de comunicación en las zonas rurales y desarrollo de servicios logísticos | 1,76 millones |
| Senegal | PSAC (crédito pragmático para el ajuste estructural) | Preparación de nuevos marcos legislativo y reglamentario y modernización de La Poste | 6,5 millones |
| Trinidad y Tobago | Reforma postal | Contrato de gestión de cinco años que conduce a un acuerdo a largo plazo subordinado a una creciente participación del sector privado y a la liberalización del mercado | 11,2 millones |
| Uruguay | Modernización de los servicios públicos | Refuerzo del marco reglamentario del sector postal | No determinado |

Fotos:

Figs. 1, 2 y 3. – Una acuciante necesidad de ayuda sigue dejándose sentir en los países en desarrollo para transformar los servicios postales en verdaderas empresas.

Figs. 4, 5 y 6. – Según el Banco Mundial, el sector postal crecerá en importancia, pues los servicios postales contribuyen a superar la laguna numérica. El Banco Mundial facilita, en algunos casos, el acceso a la información y a los servicios públicos en las zonas rurales o remotas por intermedio de los centros comunitarios de teleprocesamiento, de los kioscos de información, de las oficinas de Correos y de las escuelas.

Fig. 7. – «Cuanto más ejemplos de éxito reunamos que demuestren que ello vale la pena, más fácil nos resultará garantizar el otorgamiento de fondos importantes a los proyectos de reforma postal», afirma Isabelle Andress, especialista de los asuntos postales en el Departamento de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación del Grupo del Banco Mundial.

Fig. 8. – «El peso del sector postal en la economía de los países es aún ampliamente subestimado», afirma Luiz L.F. Pinheiro, Director de la Cooperación para el Desarrollo en la UPU.

Se crea una nueva estructura postal en Marruecos

Actualmente, el Reino de Marruecos es uno de los 14 países en los cuales el Banco Mundial participa activamente en la reforma del sector postal. Este artículo versa sobre el proceso de reforma, y en especial sobre el operador postal tradicional de Marruecos, Barid Al-Maghrib.

En el transcurso de los cinco últimos años, el Correo de Marruecos ha experimentado algunos cambios. Ha pasado de ser un ramo del sector de Correos y telecomunicaciones a ser un establecimiento público dotado de personalidad moral y de autonomía financiera, denominado Barid Al-Maghrib. A pesar de esta transformación, la empresa sigue estando fuertemente aferrada a su misión de servicio público.

Esta evolución, y lo mismo cabe decir de los cambios futuros, forma parte integrante de un vasto plan de desarrollo económico y social lanzado por el Gobierno para mejorar la eficacia del sector público y estimular el crecimiento generado por el sector privado, gracias a políticas macroeconómicas y fiscales prudentes. Uno de los objetivos del plan de desarrollo consiste en prestar a la población marroquí servicios postales de elevada calidad a un precio abordable. Además de la asistencia del Banco Mundial, Barid Al-Maghrib, cuya rentabilidad no ha cesado de aumentar desde su escisión, ha podido financiar la totalidad de los planes de inversión, así como diversos estudios estratégicos y organizativos.

El Banco Mundial y la reforma del sector postal

El Banco Mundial está asociado desde hace varios años a los proyectos del Gobierno que cubren a la vez los servicios de Correos y las telecomunicaciones. En 1997 y en 1998 el Banco Mundial se comprometió en un proceso de reestructuración y concedió un préstamo (préstamo para el ajuste de los sectores de las telecomunicaciones, de correos y de las tecnologías de la información – TPI-SAL) de un poco más de 100 millones de USD para separar al operador postal Barid Al-Maghrib del prestador nacional de servicios de telecomunicación, Itissalat Al-Maghrib. Esta escisión se hizo efectiva en febrero de 1998. Otro préstamo de 65 millones de USD, otorgado en mayo de 2001 (préstamo para el desarrollo del sector de la infraestructura de la información – IISDL) tiende a definir una nueva estrategia y un marco reglamentario

adaptado a la liberalización progresiva que está experimentando el sector postal.

La red postal

Barid Al-Maghrib explota una red completa de transporte, de distribución y de venta al pormenor y controla más del 90% de las cantidades de correo intercambiadas en el país.

De los estudios resulta que las posibilidades de extender la gama de los servicios postales a más clientes, tanto particulares como empresas, son enormes. Según el Banco Mundial, aproximadamente el 15% de la población no tiene acceso a ningún punto de recepción del correo ni a ningún servicio de distribución. El mejoramiento de los servicios de distribución del correo corre sin embargo parejo con la introducción de nombres de calle y de números de residencia y con la instalación de buzones por las autoridades locales.

Entre los sectores que ofrecen un potencial de crecimiento figuran los de la publicidad directa y de la distribución de las encomiendas. El mercado de las encomiendas representa una meta importante para los operadores postales que se preparan a la llegada del comercio electrónico. Con esta óptica, Barid Al-Maghrib ha reorganizado su servicio nacional de distribución por expreso segmentando sus productos para atender tanto al público en general como a las empresas. Este nuevo servicio de mensajería, denominado Amana, actúa en sinergia con el servicio internacional por expreso administrado por la filial común creada con Chronopost, servicio de las encomiendas por expreso de La Poste francesa. El desarrollo del comercio electrónico depende también del sector de la venta por correspondencia, que podría ofrecer importantes perspectivas para los servicios de distribución de las encomiendas.

Marruecos cuenta con una oficina de Correos permanente por cada 18 300 habitantes, mientras que Túnez cuenta con una oficina de Correos por cada 10 000 y Francia con una por cada 3500. La adopción de un nuevo enfoque para la prestación del servicio universal contribuirá a garantizar la prestación de un servicio más eficaz y de calidad en las zonas pobres y rurales. Una de las ópticas contempladas es la del franqueo.

Barid Al-Maghrib ofrece también servicios financieros en sus puntos de venta al pormenor. Este segmento está completamente abierto a la competencia por parte

de los bancos, los cuales practican con frecuencia una política selectiva. En efecto, los 1600 puntos de venta están abiertos a los pequeños depositantes que no tienen acceso a ningún otro servicio bancario. El mejoramiento del acceso a los servicios financieros en las zonas rurales y remotas tiende a canalizar el ahorro privado hacia las esferas productivas de la economía.

Nueva estrategia de empresa

En noviembre del año 2000, Barid Al-Maghrib, con el apoyo del Banco Mundial, comenzó el proceso de reforma estableciendo el pliego de condiciones. Esta reforma, realizada conjuntamente con una sociedad internacional de consultores, tendía a definir una nueva estrategia y a instaurar nuevas estructuras adaptadas a la evolución de la situación.

La operación llamada Barid Al-Ghad (el correo del mañana), que terminó en abril de 2002, ha permitido asociar a los responsables y a los mandos de Barid Al-Maghrib con los consultores y a definir las líneas directrices del proyecto. Nuevas prácticas de gestión, que confieren a los mandos más responsabilidades para realizar sus objetivos, han sido instauradas y las operaciones han sido descentralizadas a nivel regional.

Modernización de los servicios postales

Barid Al-Maghrib ha comenzado a modernizar sus operaciones y ha lanzado nuevos productos y servicios que se basan en la integración de las nuevas tecnologías, la diversificación de los servicios postales y financieros y el desarrollo de coparticipaciones. Esta nueva política se ha traducido ya en una tasa de crecimiento anual de los beneficios netos de un 45% en el transcurso de los cuatro últimos años.

Estos nuevos productos y servicios han contribuido ampliamente a mejorar los resultados. El nuevo servicio de giros electrónicos puesto a punto por los ingenieros de Barid Al-Maghrib, así como los servicios de Western Union han experimentado, también ellos, un fuerte crecimiento.

Desarrollo de los recursos humanos

También hay que rendir homenaje a los 8700 empleados de la empresa. La reconversión y el redespliegue del personal, la introducción de un equipo de ventas, el refuerzo de la cultura de empresa y de las prácticas comerciales centradas en la clientela así como la formación en materia de nuevas tecnologías son los ejes principales de la estrategia de desarrollo de los recursos humanos

de la empresa. También se ha puesto en servicio un nuevo sistema integrado de información, capaz de administrar los datos relativos a los recursos humanos y de garantizar la comunicación horizontal y vertical entre la sede de la empresa y las direcciones regionales.

El refuerzo de las competencias y de los instrumentos de producción para mejorar la calidad de servicio y satisfacer a la clientela está directamente ligado a la aplicación de nuevas tecnologías. Así pues, se han establecido algunas redes informáticas principalmente la red telemática privada de Barid Al-Maghrib, Baridnet, que constituye la principal plataforma de los sistemas de información y el soporte de transmisión de datos utilizado por los servicios de cheques postales, de ahorro y de giros electrónicos de la empresa.

Informatización

Actualmente, más de 500 oficinas de correos están informatizadas; representan más del 90% del tráfico global de Barid Al-Maghrib. En el horizonte de 2005, el objetivo es alcanzar el 100%.

La empresa proyecta también renovar completamente los sistemas informáticos de gestión de los servicios de cheques postales y de ahorro. El objetivo consiste en descentralizar las operaciones de procesamiento y en mejorar la calidad y el acceso de los servicios a la clientela. Estos nuevos sistemas ofrecerán nuevos servicios, tales como servicios combinados de cheques postales y de ahorro, un acceso en línea a otros productos financieros y servicios de ventanilla automática bancaria (VAB). Una solución de correo híbrido, que abarca la microedición, la introducción en sobre, la expedición y la distribución, será también propuesta en un próximo futuro a las grandes empresas clientes.

Entre los demás proyectos futuros figuran la puesta en servicio de un sistema de información geográfica, a fin de desarrollar los servicios de publicidad directa y la modernización del sistema de información de gestión, integrando en el mismo un sistema de contabilidad analítica. Otro programa informático permitirá administrar las adquisiciones, los abastecimientos y las existencias.

Nueva estructura legal y reglamentaria

La próxima etapa concierne la reformulación del marco reglamentario y la elaboración de una nueva ley que debería ser adoptada antes de finalizar el año 2003. Con la asistencia del Banco Mundial, dos proyectos de ley están actualmente en fase de estudio. El primero abarca el sector postal y facilita orientaciones sobre un refuerzo

de la liberalización y la instauración de una función de reglamentación postal en el seno del Ministerio encargado de los servicios de Correos, consistiendo el objetivo en preservar el servicio universal. El otro proyecto de ley concierne la transformación de la empresa pública Barid Al-Maghrib en una empresa administrada por una directiva y un consejo de vigilancia. Este nuevo estatuto aportará más flexibilidad administrativa y facilitará un procedimiento de toma de decisiones más centrado en

las necesidades del mercado. Además, un contrato programa ha sido concertado recientemente entre el Gobierno y Barid Al-Maghrib para definir los derechos y las obligaciones de las dos partes y establecer una serie de indicadores de eficiencia al uso del operador postal.

Todos estos cambios deberían contribuir a prestar un servicio universal de calidad a todos los marroquíes y permitir a Barid Al-Maghrib posicionarse mejor en un mercado abierto a la competencia.

Fotos:

Figs. 1 y 2. – Los cambios en curso en Barid Al-Maghrib forman parte integrante de un vasto plan de desarrollo económico y social lanzado por el Gobierno marroquí para mejorar la eficiencia del sector público y estimular el crecimiento generado por el sector privado. El principal objetivo del sector postal consiste en prestar a la población marroquí servicios postales de alta calidad a un precio abordable.

Figs. 3 y 4. – Barid Al-Maghrib ha progresado mucho en la modernización de sus operaciones y el lanzamiento de nuevos productos y servicios.

Fig. 5. – Más de 500 oficinas de Correos en Marruecos han sido ya informatizadas y, según las previsiones, todos los establecimientos postales estarán «en línea» de aquí a 2005.

Fig. 6. – El mercado de las encomiendas ofrece un potencial de crecimiento importante con la llegada del comercio electrónico. Para responder a las necesidades de la clientela, Barid Al-Maghrib – en colaboración con Chronopost, servicio de las encomiendas por expreso de La Poste francesa – ha lanzado recientemente un nuevo servicio de distribución llamado Amana.

Afganistán: se prestan los servicios postales de base a pesar de graves escaseces

Un año después del llamamiento lanzado por la UPU en favor de una contribución de sus Países miembros para el restablecimiento de los servicios postales en Afganistán, varios países han propuesto su ayuda y algunos proyectos de asistencia empiezan ya a dar sus primeros frutos. Gracias al compromiso del Gobierno afgano de transición y a la ayuda de la comunidad internacional, de la UPU y de sus miembros, los servicios postales básicos y los intercambios de correo internacional han podido ser restablecidos en Afganistán. No obstante, debido a una infraestructura mediocre y a una grave escasez de equipamientos básicos indispensables para la explotación de un servicio postal, será necesario aún mucho tiempo para que los servicios postales alcancen de nuevo niveles aceptables a nivel internacional en este país devastado por más de veinte años de guerra y de operaciones militares.

La asistencia ofrecida por la UPU y sus Países miembros abarca una ayuda a la vez financiera y material. Un proyecto integrado plurianual, dotado de un presupuesto de la UPU de 100 000 CHF, es utilizado para hacer frente a las necesidades más urgentes en materia de equipamiento, de servicios de consultores y de formación. La UPU ofrece, entre otras cosas, becas para la formación de empleados de correos afganos en el Colegio Postal de Asia y del Pacífico, sito en Bangkok y en el Colegio Postal paquistaní en Islamabad.

Por otra parte, la Dirección de la Cooperación para el Desarrollo de la Oficina Internacional ha introducido un proyecto integrado de asistencia cofinanciado por varios países. Seis Países miembros de la UPU, a saber: China (Rep. Pop.), Francia, la India, Irán (Rep. Islámica), Japón y Paquistán, han manifestado ya su intención de contribuir a este proyecto, contribución que consistirá en una ayuda suplementaria en las materias siguientes: formación, equipamientos, servicios de consultores y apoyo técnico.

Asistencia de países vecinos

Como quiera que la mayoría de los empleados postales afganos carecen de experiencia, las necesidades en formación son enormes. Los 32 primeros empleados postales afganos se han beneficiado ya de una formación en el

Colegio Postal paquistaní en Islamabad y en el Centro de Formación Postal de Peshawar. En el marco de esta formación, se han impartido cursos en beneficio de las categorías de personal siguientes: empleados de oficina de correos, personal encargado del correo y de la clasificación, responsables de los servicios de finanzas y de los recursos humanos. El Correo paquistaní ha previsto otros cursos de formación para el año 2003. La solución a largo plazo consistiría sin embargo en reconstruir el centro de formación postal afgano, que está actualmente abandonado y que carece de los instrumentos de formación más elementales, tales como pizarras.

El Correo iraní se ha comprometido también a contribuir a la reconstrucción y al equipamiento de las oficinas de correos y al restablecimiento de las operaciones de procesamiento y de distribución del correo en Afganistán.

Un tercer país, la India, ha manifestado también su voluntad de participar en el proyecto de ayuda internacional.

Los Correos paquistaní e iraní han desempeñado un papel importante en la reanudación de los intercambios de correo con Afganistán. Como se indicó en un número anterior de *Union Postale* (n° 1/2002), los primeros intercambios de correo internacional con Afganistán a través de Paquistán después de su interrupción durante las operaciones militares en la región, tuvieron lugar a comienzos del mes de enero de 2002. Gracias principalmente a esos esfuerzos, el pueblo afgano puede de nuevo intercambiar correo con todos los demás Países miembros de la UPU.

Ayuda del Estado y asistencia internacional

Consciente de la importancia del sector postal para el desarrollo del país, el Estado islámico de transición en Afganistán se ha comprometido a otorgar fondos al sector postal tan pronto como los recursos necesarios estén disponibles. Sin embargo, la ayuda internacional no afluirá automáticamente hacia el sector postal. El Correo afgano deberá elaborar proyectos específicos para atraer a los inversores internacionales.

Numerosos empleados perdieron la vida, resultaron heridos o fueron reemplazados durante los años de guerra. Después de la instauración de un Gobierno de transi-

ción, el número de empleados postales ha pasado a algo más de 900; aproximadamente la mitad son empleados permanentes y los otros empleados temporales.

Los empleados que permanecieron al servicio del Correo durante el conflicto no han recibido salario alguno durante meses. Sin embargo, con la ayuda de la comunidad internacional y del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, los empleados postales, al igual que todos los demás funcionarios del Estado, vuelven a recibir su salario por intermedio de un fondo de asignación especial creado por el Banco Mundial en asociación con otros organismos internacionales.

Necesidad urgente de equipamiento básico

La infraestructura postal de Afganistán resultó gravemente deteriorada durante las operaciones militares. El Presidente del Correo afgano, Mohammad Yasin, declaró que el 50% de las oficinas de Correos e instalaciones postales del país habían sido destruidas o deterioradas. En total, 373 oficinas de correos, que cubren 32 provincias, han sido abiertas desde que la explotación del servicio postal se reanudó oficialmente en Kabul, en febrero de 2002. Con una población de 27 millones de personas, Afganistán dispone de una oficina de correos para cada 72 500 habitantes. Los 2 millones de habitantes de Kabul se benefician de una oficina de Correos central y de 26 oficinas de Correos secundarias.

Pero el Correo debe aún hacer frente a serios problemas operativos. Existe aún una acuciante escasez de los equipos más elementales, como por ejemplo máquinas de franquear, buzones, balanzas, sacas postales y sellos fechadores, pues gran parte del material existente data de hace veinte años. El Consejero Regional de la UPU, Vinod Dhamija, declaró, durante una visita a la oficina central de Correos de Kabul, que «las cartas eran matabombas por un funcionario sentado en el suelo, mediante un sello fechador con empuñadura rota. La oficina del Presidente del Correo afgano no disponía de ningún telecopiador ni de ninguna fotocopiadora en estado de funcionar, y se utilizaban aún máquinas de escribir mecánicas.»

Exiguas cantidades de correo

De las 28 ventanillas de que disponía antes la oficina central de Correos de Kabul, ocho están en servicio actualmente. Las cantidades de correo siguen siendo sumamente escasas; se procesan cada día menos de 5000 envíos internacionales y nacionales. En ausencia de buzones en las calles, los usuarios deben recorrer gran-

des distancias para depositar cartas ordinarias en las ventanillas de las oficinas de Correos.

A pesar de estas condiciones deplorables, la prestación de los servicios postales básicos, como lo son los envíos de correspondencia, los envíos certificados y las encomiendas postales, se siguen prestando de nuevo. No se presta actualmente ningún servicio financiero, pero el Correo afgano prevé instaurar ulteriormente un servicio de giros postales, así como servicios de ahorro y de cheques postales.

Después del restablecimiento de los servicios postales, el Correo afgano ha comenzado a utilizar sellos de Correos de sus existencias, impresos antes de 1988. Estos sellos, que ostentan imágenes de animales vivos, fueron prohibidos bajo el reino de los Talibanes. Desde entonces se han impreso en Alemania nuevos sellos.

Calidad de servicio insuficiente

Si se exceptúan algunas bicicletas, el parque de vehículos de distribución del correo es casi inexistente. El Consejero Regional declaró que «los restos del último vehículo con motor podían verse aún delante de la oficina de Correos central de Kabul». El correo es transportado a pie desde las oficinas de Correos secundarias hacia la oficina de Correos central de Kabul.

La carencia de equipamiento, de medios de transporte, de tecnología y de mano de obra cualificada es una de las causas de la mediocridad de la calidad de servicio. El Correo afgano utiliza autocares públicos para asegurar el transporte entre las capitales provinciales poco seguras. Utiliza también los servicios de una compañía de transporte privada que debe hacer frente a los mismos problemas, debido al mal estado de las carreteras y a la vetustez de los vehículos. El Correo afgano ha hecho saber que deseaba adquirir varias furgonetas de ocasión para el reparto, iniciando así la creación de su propio parque móvil, a fin de poder reducir los plazos de encaминamiento e introducir un servicio EMS.

Falta aún por recorrer un largo camino

El servicio postal está recuperando progresivamente la normalidad, pero falta aún un largo camino por recorrer. El Correo afgano no tiene establecido ningún plan de actividad y debe elaborar un plan de desarrollo postal. Además, la ley postal de 1971 debe ser revisada.

La UPU y la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT) colaboran actualmente en un proyecto que permitirá al pueblo afgano tener acceso a los servicios postales electrónicos y a la mensajería electrónica por intermedio de las oficinas de correos. Estas medidas fa-

cilitarán las comunicaciones locales que se harán cada vez más rápidas y menos caras. La UPU ha confirmado ya su apoyo técnico a favor del proyecto y se ha puesto en contacto con administraciones postales que podrían facilitar una ayuda en equipamiento y en logística.

Sin embargo, antes de que se puedan emprender reformas estructurales y jurídicas, y antes de la introducción de nuevas tecnologías, conviene procurar que el pueblo afgano tenga un acceso fácil a los servicios postales básicos.

Fotos:

Figs. 1 y 2. – Oficina de Correos central de Kabul: en ausencia de buzones en las calles, los usuarios deben recorrer grandes distancias para depositar sus cartas en las ventanillas de las oficinas de Correos.

Fig. 3. – Empleados postales afganos procesan el correo manualmente en la oficina del correo internacional que llega a Kabul, en condiciones deplorables.

Fig. 4. – Las ruinas de lo que fue la oficina de Correos de Durrulaman, en Kabul.

Fig. 5. – El Presidente del Correo afgano, Mohammad Yasin, en su oficina en Kabul: «La escasez de equipamiento postal y la carencia de personal cualificado de explotación y de mando hacen imposible la prestación del servicio postal de calidad.»

Fig. 6. – Gracias a los esfuerzos de los Correos paquistaní e iraní, el pueblo afgano puede de nuevo mantener correspondencia con los habitantes de todas las demás regiones del mundo. Los primeros intercambios de correo internacional con Afganistán a través de Pakistán se efectuaron en el puesto fronterizo de Torkham a comienzos del mes de enero de 2002, después de la interrupción de todos los servicios durante las operaciones militares en la región.

Fig. 7. – Los Ministros de Correos y de Comunicaciones de Irán (Rep. Islámica) y de Afganistán firmaron un acuerdo de cooperación en virtud del cual Irán se comprometió a ayudar a Afganistán a rehabilitar su sector de correos, telecomunicaciones y tecnología de la información.

Las tecnologías de vanguardia al servicio de la clasificación

Frente a la creciente competencia, los servicios de correos en el mundo entero optan por las nuevas tecnologías para mejorar su servicio y satisfacer las necesidades de los clientes. Dos países – Austria y Hungría (Rep.) – han optado por las tecnologías de vanguardia para mejorar su calidad de servicio. Österreichische Post, el Correo austriaco, optimiza la eficiencia de su centro de clasificación de Viena totalmente nuevo y Magyar Posta, el Correo húngaro, se prepara a inaugurar un centro de clasificación en Budapest antes de finalizar el año 2003.

El Centro nacional de logística húngaro

En un contexto de convergencia tecnológica y en víspera de su adhesión a la Unión Europea (UE), el Correo húngaro ha decidido construir un centro de procesamiento del correo, moderno y automatizado, y atender así a las esperanzas internacionales y nacionales en materia de logística postal.

El Correo húngaro, de conformidad con la directiva postal sobre las normas comunes para el desarrollo del mercado interior de los servicios postales de la UE y el mejoramiento de la calidad de servicio, debe no sólo prestar servicios postales eficaces, confiables, de buena calidad y a precios abordables a los ciudadanos húngaros, sino que también debe prepararse a afrontar una competencia cada vez más reñida en un mercado postal liberalizado de aquí al año 2009. Este año, el Correo húngaro invierte más de 20 000 millones de HUF en proyectos de desarrollo. «El correo obtiene aún las dos terceras partes de sus ingresos del correo tradicional, mientras que el tercio restante proviene de la venta de productos financieros, de seguros y de otros servicios», indica László Szivi, Vicepresidente de Magyar Posta. En este contexto, el Correo húngaro se ha lanzado en el más vasto proyecto de inversión de su historia y ha firmado con la empresa Siemens Dematic AG un contrato que prevé la construcción del Centro nacional de logística, su nombre oficial, situado en los alrededores de Budapest.

Una instalación llaves en mano

Se trata de una instalación a medida que responde a las esperanzas de Magyar Posta. La gestión del proyecto abarca la construcción de los edificios, la instalación de equipamientos técnicos, los dispositivos de clasificación, las máquinas de lectura automática de las direcciones y

de videocodificación, el sistema informático de logística postal adaptado al centro, el material de mantenimiento y de transporte, así como la puesta en servicio. El contrato prevé también el mantenimiento de los equipos y la formación del personal, todo ello por un importe de 39 millones de EUR.

Técnicas de vanguardia

Más de 3 millones de envíos, 600 000 sobres grandes y 50 000 encomiendas y pequeños paquetes recibidos cotidianamente serán clasificados y distribuidos en una superficie de 17 000 m², equivalente a la de dos terrenos de fútbol.

El material de alta tecnología suministrado comprende dispositivos de procesamiento previo para la repartición y el matasellado del correo que llega, y máquinas de última generación para la clasificación en masa y la clasificación minuciosa de los envíos. Un logiciel de última generación asegurará el control, el seguimiento y la programación de los flujos de procesamiento. Los operadores podrán así visualizar las máquinas en servicio y procesar los datos detrás de su pantalla. Este control continuo de la integridad de la cadena logística permite optimizar la ubicación de los recursos humanos y utilizar las máquinas en función del volumen de correo a procesar.

Procedimientos optimizados

La mayor parte de la cadena logística, desde la llegada de los envíos por camión hasta su distribución, será automatizada. Las cartas estándar pasarán por una máquina de emparejado y de anulación, cuatro sistemas integrados de lectura y de videocodificación (IRV) y cuatro clasificadores encaminadores (FSM). Una máquina para clasificar los grandes objetos llanos (FSS), dotada de tres estaciones de alimentación automática y de una manual, y de 360 casilleros de distribución, procesará los sobres grandes. Las encomiendas serán transportadas en un recorrido largo de 220 metros equipado de expulsores y de una cinta transportadora directamente conectada con los muelles de descarga de los camiones y de una máquina con canasta accionada por un dispositivo de vuelco.

El sistema informatizado de gestión concebido por Siemens Dematic suministrará informaciones sobre los modos de explotación y sobre la utilización de las má-

quinas clasificadoras. El encaminamiento de los envíos puede ser directamente reorientado o interrumpido por este logicial, en caso necesario. Con respecto a las lecturas de las direcciones, un dispositivo determinará automáticamente los criterios de clasificación en las cartas y en los sobres grandes. Una imagen electrónica del anverso del envío será captada por el logicial y transmitida al sistema de lectura, el cual analiza, interpreta la imagen y atribuye un indicativo de clasificación. Si la dirección no puede ser leída automáticamente, la imagen será encaminada a uno de los 56 puestos de video-codificación, donde las informaciones serán captadas manualmente. Esta técnica, que utiliza la impresión de codificación fluorescente, acelera y vuelve a dirigir inmediatamente el encaminamiento de los envíos.

La puesta en marcha del Centro nacional de logística, la mayor inversión realizada por un servicio de correos de un país de Europa del Este, está prevista para octubre de 2003, es decir sólo dieciséis meses después de celebrado el contrato. Los buenos resultados obtenidos desde el principio de la puesta en marcha servirán, sin lugar a dudas, de catalizadores para el lanzamiento de proyectos similares en la región.

El Centro de procesamiento de Viena

A 250 kilómetros de distancia, el Centro de procesamiento de Viena es operativo desde setiembre de 2002. Fruto de una estrecha colaboración entre Österreichische Post AG y Siemens Dematic AG, constituye actualmente un modelo de automatización postal. Los 1200 empleados trabajan por turnos seguidos de ocho horas, durante los siete días de la semana, y procesan cada día unos 4 millones de envíos, es decir casi la mitad del conjunto del volumen del correo en Austria. El edificio de una superficie de 30 000 m², comprende 5,5 kilómetros de material de manipulación y de clasificación, 57 muelles de descarga, así como una conexión ferroviaria, por una inversión total de 120 millones de EUR.

La concepción del Centro de procesamiento de Viena responde a las prescripciones más recientes en materia de ergonomía y de medicina del trabajo: las técnicas de automatización comprenden dispositivos de descarga robotizados destinados a levantar y a transportar los grandes volúmenes de correo. Las molestias sonoras quedan reducidas al mínimo, los puestos de trabajo están insonorizados, la intensidad luminosa constante y una climatización adaptada y sana constituyen condiciones de trabajo óptimas para los empleados y hacen del centro de Viena una referencia en la materia.

Resultados prometedores

Actualmente, el 80% de los envíos del régimen interior son distribuidos a los destinatarios el día laborable siguiente al de su depósito, mientras que este valor era de un 65% antes de la puesta en marcha del centro. El Correo austriaco aspira a alcanzar el 95% en el año 2004, objetivo éste de su programa de mejoramiento de la calidad de servicio, ya alcanzado en los centros de clasificación de Salzburgo y de Estiria. El procesamiento automatizado de los envíos ha aumentado el flujo del correo que sale de la clasificación previa. En setiembre de 2002, las clasificadoras procesaban un 87% del volumen cotidiano, es decir 30 000 envíos por hora. A comienzos de octubre, operaciones de regulación y ajuste incrementaron esta tasa hasta el 92%.

La transición logística de la explotación postal sin la menor interrupción y la fusión de siete centros en uno solo para toda la región han hecho de este proyecto el más arriesgado que una empresa austriaca ha realizado en estos últimos años. Dotado de equipamientos logísticos de vanguardia, el Centro de procesamiento de Viena se ha convertido en el centro de operaciones logísticas postales en Austria y, como tal, se sitúa en una posición señera tanto para Magyar Posta como para el conjunto de los servicios de correo en Europa.

Artículo y fotos: Jérôme Deutschmann

El Correo en Hungría en cifras

| | |
|-----------------------------------------------------------------------|--------------|
| Población atendida | 9,9 millones |
| Número total de empleados | 43 664 |
| Número de oficinas de Correos | 3265 |
| Número medio de habitantes atendidos por una oficina de Correos | 3038 |
| Número de centros de clasificación | 10 |
| Cantidad media de envíos de correspondencia depositados por habitante | 142 |
| Competidores que actúan en el sector postal | 0 |

El Correo en Austria en cifras

| | |
|-----------------------------------------------------------------------|--------------|
| Población atendida | 8,1 millones |
| Número total de empleados | 30 668 |
| Número de oficinas de Correos: | 2432 |
| Número medio de habitantes atendidos por una oficina de Correos | 3322 |
| Número de centros de clasificación | 13 |
| Cantidad media de envíos de correspondencia depositados por habitante | 467 |
| Competidores que actúan en el sector postal | menos de 10 |

Fotos:

Fig. 1. – Según László Szivi, Vicepresidente de Magyar Posta, el correo obtiene aún las dos terceras partes de sus ingresos del correo tradicional; de aquí la necesidad de invertir en la construcción de un nuevo centro logístico de procesamiento del correo.

Figs. 2 y 3. – Dotado de equipamientos logísticos de vanguardia, el Centro de procesamiento de Viena se ha convertido en el centro de operaciones logísticas postales en Austria y se sitúa en posición de vanguardia para el conjunto de los servicios de correos en Europa.

Fig. 4. – El Centro nacional de logística de Budapest, completamente automatizado, debe ser inaugurado en octubre de 2003 y permitirá al correo húngaro responder a las esperanzas internacionales y nacionales en materia de logística postal.

Fig. 5. – Las clasificadoras automáticas del Centro de procesamiento de Viena pueden clasificar hasta 30 000 envíos por hora.

Figs. 6 y 7. – El Centro de clasificación de Viena, de una superficie de 30 000 m², comprende 5,5 kilómetros de material de manipulación y de clasificación, 57 muelles de descarga, así como una conexión ferroviaria.

POST*Code: un direccionamiento al servicio de todos

En el marco de la misión de la UPU de ayudar a los servicios de Correos a mejorar la calidad del servicio postal internacional, el Equipo de Proyecto «@direccionamiento universal» de la Oficina Internacional transmite su experiencia y responde de manera personalizada y adaptada a las problemáticas de la gestión de las direcciones. Para ello, este Equipo alimenta y mantiene al día una base de información de los sistemas de direccionamiento postal que garantiza la redacción correcta de las direcciones y constituye el punto único del seguimiento de las evoluciones del direccionamiento y de la codificación postal de todos los Países miembros de la UPU.

Hacia la normalización del direccionamiento

En el transcurso de los dos últimos años, los expertos «POST*Code» y el Subequipo de Proyecto «Normalización de la dirección» han trabajado en la instauración de una norma internacional en materia de direccionamiento de los envíos. Una lista de los elementos que componen una dirección, que pudo ser formalizada últimamente, ha permitido construir un sistema de referencias sobre la estructura de las direcciones. Esta pericia está en el origen de la publicación «Sistemas de direccionamiento postal». Este folleto de referencia contiene la descripción de los elementos de dirección para cada país, el tipo y la ubicación del código postal, el método de codificación, los formatos, ejemplos de direcciones y los contactos útiles en materia de direccionamiento para cada país. La publicación, que aporta la garantía de una redacción correcta de las direcciones, constituye una garantía de procesamiento rápido y eficaz de los envíos y responde a las esperanzas de los servicios de correos y de las empresas que desean perfeccionar su política de direccionamiento o instaurar un sistema de códigos postales. Esta publicación es objeto de actualizaciones regulares y, esto es nuevo, puede ser personalizada a imagen de la empresa, de la organización o del correo, y convertirse de este modo en un documento publicitario.

Los datos bajo un formato único

Los progresos considerables realizados estos últimos años en materia de recogida de datos de direccionamiento a nivel internacional, añadidos a las relaciones privilegiadas que el Equipo «@direccionamiento universal» mantiene con sus corresponsales «POST*Code» en el

seno de los servicios de correos, hacen de la UPU un punto de referencia internacional y confiable del seguimiento de las evoluciones de la codificación postal de todos los Países miembros.

Concretamente, los corresponsales nacionales envían los códigos postales en forma de datos brutos. Luc Hauss, Jefe de productos, explica a este propósito que «tras análisis, los datos de origen se reducen a formato único y permanente POST*CODE®. Esta estructura original permite integrar los datos de los códigos postales del mundo entero, cualquiera que sea el formato nacional de los datos que son suministrados». Las informaciones así importadas, convertidas y listas para ser integradas en los logicales de verificación de direcciones nacionales e internacionales, constituyen la base de datos Universal POST*CODE DataBase. Cuatro actualizaciones anuales informan a los utilizadores sobre las novedades o los cambios que se han producido en los países. Hasta la fecha, este producto suministrado en CD-ROM «asegura ya la verificación de direcciones tanto para las empresas líderes de la gestión de direcciones como para los servicios de correos, las sociedades de transporte de encomiendas por expreso, los proveedores de logística, las empresas del sector del turismo, de la hostelería, los bancos, y en general cualquier empresa que se preocupe del encaminamiento del correo de calidad. A nivel financiero, los códigos postales están sometidos a una licencia y a derechos de utilización», precisa Luc Hauss.

La codificación postal al alcance de todos

Simultáneamente con estos dos productos, la UPU procura sensibilizar a los operadores postales acerca de las ventajas del código postal. El Equipo de Proyecto «Promoción de los códigos postales» ha elaborado y difundirá próximamente un folleto con el título «Guía de promoción y de asistencia técnica», que presentará los métodos y los instrumentos necesarios a los países que proyectan implantar, mejorar o racionalizar su codificación postal. La asistencia técnica consiste en hacer intervenir a expertos o a consultores de países más adelantados en este campo que evalúan la factibilidad del proyecto, participan en la introducción de la codificación postal o contribuyen a la creación de bases de datos. Este procedimiento se inscribe plenamente en la voluntad global de la UPU de poner el código postal al alcance de todos los países, pues sigue siendo indispen-

sable para la organización de la clasificación, del enca-
minamiento y de la distribución del correo.

Para más amplias informaciones sobre estos productos, sírvase ponerse en contacto con postcode@upu.int

Línea de asistencia en materia de códigos postales: un éxito en Singapur

En materia de códigos postales, Singpost, el Correo de Singapur, da muestras de una real innovación en materia de acceso a los códigos postales. En efecto, lanzó en 2002 su línea de asistencia telefónica para los códigos postales (Postal Code Helpline). Con una simple llamada y a través de la interfaz utilizadora más sencilla de todas – la voz – el que llama puede obtener fácilmente y de manera gratuita el código postal de seis cifras de cualquier lugar por preciso que éste sea. Resulta de un análisis reciente que el 75% de las demandas quedan satisfechas. Es el motor de reconocimiento vocal SpeechWorks el que hace posible este acceso en tiempo real a los códigos postales. Este logicial reconoce automáticamente la palabra, independientemente de la acentuación o del sistema de dicción del utilizador, y permite la reagrupación rápida de los datos necesarios.

Singapur cuenta con más de 122 000 códigos postales y varios niveles de direccionamiento postal. Lanzando este servicio único en el sector postal en Asia, Singpost ha querido optimizar las informaciones relativas al direccionamiento postal, mejorar la calidad del servicio a la clientela y reducir los costes del mismo. «Gracias a esta aplicación eficiente, activada por la palabra, nuestro personal dispone ya de más tiempo para informar a los clientes sobre otras cuestiones que les preocupan», reconoce M. Tan Swee Guan, Director de las transacciones electrónicas y de la ingeniería en Singpost. Este libre servicio a distancia a través del teléfono «responde con precisión y de manera agradable a los clientes, quienes solamente deben hablar, facilitar datos o una combinación de datos sobre la calle, el barrio, el edificio, la casa, etc., y ello, durante las veinticuatro horas del día y los siete días de la semana».

Fotos:

Luc Hauss (en el medio), Jefe de productos, y su colega Patricia Vivas-Risse, Responsable de mercadotecnia con un cliente en POST-EXPO 2002.

Rumania acogerá el Congreso de 2004 de la UPU

El Centro Internacional de Conferencias de Bucarest, capital de Rumania ha sido seleccionado para albergar el 23° Congreso Postal Universal. Según la decisión de Côte d'Ivoire (Rep.) de renunciar a organizar el Congreso debido a la situación política por la que pasa el país, el Gobierno de Rumania ha confirmado su proposición de acoger el Congreso de 2004. Las fechas de apertura y de clausura del Congreso han sido provisionalmente fijadas en el 15 de setiembre y el 5 de octubre de 2004 respectivamente.

Fue en octubre de 2002 cuando el Gobierno de Côte d'Ivoire informó a la UPU de que el país tenía que consagrar la totalidad de sus recursos a la restauración de la paz en su territorio, y por consiguiente ya no estaba en condiciones de acoger el Congreso de 2004. La Oficina Internacional de la UPU se puso inmediatamente en búsqueda de otro país que dispusiera de la infraestructura necesaria y capaz de acoger el Congreso en un plazo tan corto. Habida cuenta del sentimiento de satisfacción desarrollado por los países africanos ante la idea de ver el Congreso desarrollarse en su continente, se llevaron a cabo negociaciones con otros países africanos, así como con países de otras regiones del mundo. El Gobierno de Rumania manifestó su interés por primera vez en octubre de 2002 y definitivamente en febrero de 2003 aceptó hacer frente al desafío.

El primer Congreso de la UPU en Europa Oriental

El Director General de la UPU, Sr. Thomas E. Leavey, declaró que estaba satisfecho de esta decisión: «El Gobierno de Rumania y el operador postal nacional Posta Romana disponen entre los dos de los medios, de las infraestructuras y de los recursos para organizar una manifestación internacional de esta envergadura. Además, este será el primer Congreso de la UPU que se organiza en Europa Oriental. Este Congreso tendrá una importancia particular para Rumania en el sentido de que el país se prepara a ingresar en la Unión Europea». El Sr. Leavey dio las gracias a los gobiernos que habían estudiado con la Oficina Internacional la posibilidad de acoger el Congreso de 2004 por el tiempo que habían consagrado al detenido examen de esta eventualidad. Prometió a Rumania el apoyo total de la Oficina Internacional de la UPU y de sus 189 Países miembros para hacer de este 23° Congreso un gran éxito.

El Presidente y Director General del Correo de Rumania (Posta Romana), Sr. Gabriel Mateescu, declaró que era un gran honor para su país y para la administración postal del mismo organizar esta reunión internacional de alto nivel de los servicios postales y brindar a un tan gran número de invitados extranjeros la ocasión de apreciar la hospitalidad rumana. El Sr. Mateescu declaró que Rumania está dispuesta a acoger en Bucarest la nutrida delegación del Congreso de la UPU, puesto que la capital dispone ya de todas las instalaciones de reunión, de la capacidad de acogida hostelera y de la infraestructura de transporte necesarias. Destacó que Bucarest había acogido ya con éxito estos últimos años algunas grandes reuniones internacionales entre las que figuran la Cumbre de los primeros ministros de países candidatos a la adhesión a la OTAN en el año 2002, el Consejo de Ministros de la OSCE en 2001 y la Conferencia Pan-europea Preparatoria de la Cumbre mundial sobre la sociedad de la información en el año 2003.

Rumania fue además uno de los 22 miembros fundadores de la UPU en 1874.

El palacio del Parlamento

Será en el Centro Internacional de Conferencias, situado en el Palacio del Parlamento de Bucarest donde se desarrollará lo esencial del Congreso. Construido por orden del que fue Presidente de Rumania Nicolae Ceaucescu, la antigua «Casa del Pueblo» es, con una superficie de 330 000 m², el segundo edificio administrativo más grande del mundo después del Pentágono. Más de 400 arquitectos y unas 20 000 personas participaron en su construcción, empezada en 1984.

Situado en el centro histórico y geográfico de Bucarest, el Palacio del Parlamento se encuentra a proximidad de hoteles, de almacenes y de transportes públicos. Además, el Centro Internacional de Conferencias, alberga también otros órganos gubernamentales y es la sede del Parlamento rumano.

El Centro Internacional de Conferencias

El Centro Internacional de Conferencias cubre 10 000 m² de espacios de reunión y de exposición. Las nueve salas principales de reunión pueden acoger entre 50 y 1500 personas cada una. La sala llamada Sala Unirri, por ejemplo, dispone de 1500 asientos, la sala Alexandru Ioan

Cuza de 1200, la sala I.I.C. Bratianu de 600 y la sala Take Ionescu de 400.

La mayoría de las salas de conferencia están equipadas del material necesario para asegurar una interpretación simultánea en 12 lenguas y cuentan con instalaciones audio y video. Hay diseminados en el edificio algunos restaurantes y puestos de socorro.

Además del Centro Internacional de Conferencias, Bucarest alberga también el centro de exposición ROM-EXPO. Se encuentran actualmente en su fase final de elaboración proyectos relativos a la organización de una gran exposición filatélica con ocasión del Congreso, y los organizadores de la exposición internacional anual de tecnología postal POST-EXPO son también favorables a la idea de organizar esta manifestación en Bucarest durante el Congreso de 2004.

Alojamiento y transporte

La capacidad de alojamiento de los hoteles de primera y de segunda categoría de Bucarest, algunos de los cuales están situados muy cerca del Centro Internacional de Conferencias, es de más de 2000 habitaciones.

Construida en los años 70 para los obreros, la red ferroviaria metropolitana es bastante regular, pero sirve principalmente a las zonas residenciales y a las zonas industriales más que al centro de la ciudad. La red intraurbana de autobuses, de tranvías y de trolebuses es confiable, pero sus vehículos van repletos de gente a las

horas de punta. Varias sociedades oficiales de taxis operan en Bucarest en base a tarifas muy bajas.

Todos los vuelos internacionales aterrizan en el aeropuerto internacional de Otopeni, a media hora por carretera del centro de la ciudad. Hay vuelos directos con destino a las principales ciudades de Europa, principalmente Amsterdam, Atenas, Bruselas, Francfort, Londres, París, Viena y Zurich. El transporte aéreo nacional rumano, TAROM, asegura también vuelos directos de salida desde otros destinos internacionales tales como Beijing, Copenhague, Dubai, Estambul, El Cairo, Madrid y Nueva York.

Situación y tiempo ideales

La población de Bucarest asciende a más de 2 millones de habitantes. La ciudad es una mezcla de antiguo y de moderno y dispone de espacios verdes, donde viejos monasterios y antiguas iglesias lindan con inmuebles de oficinas modernos que dan a amplias avenidas. Bucarest se encuentra a 60 kilómetros del Danubio, a 125 kilómetros de los Cárpatos y a 260 kilómetros del Mar Negro.

Se dice que el otoño es la mejor estación para visitar Rumania. La temperatura media en Bucarest en setiembre oscila entre 11 y 25° C; la pluviometría es escasa y es de día durante ocho horas por lo menos. En octubre, la temperatura media varía entre 6 y 18° C.

Fotos:

Fig. 1. – El Director General de la UPU, Sr. Thomas E. Leavey, y el Presidente de Rumania, Sr. Ion Iliescu, se reunieron en Ginebra a fines del mes de febrero de 2003 para discutir sobre el 23° Congreso de la UPU.

Fig. 2. – Lugar del Congreso: el Centro Internacional de Conferencias se encuentra en los edificios del Palacio del Parlamento de Bucarest. Con una superficie total de 330 000 m², el Palacio es el segundo edificio administrativo más grande del mundo después del Pentágono (*foto: Mediafax*).

Fig. 3. – Plaza de la Universidad: Bucarest es muy apreciada por los visitantes debido a su arquitectura, sus espacios verdes y la amabilidad de sus habitantes (*foto: Mediafax*).

Diálogo con Thomas E. Leavey, Director General de la UPU

Como principal foro de cooperación entre los Correos del mundo entero, la Unión Postal Universal ha sido testigo de vastos cambios del sector postal desde su creación, hace de ello ciento veintiocho años. A fin de seguir la evolución de las necesidades de sus miembros y de sus clientes en un entorno de comunicaciones que cambia rápidamente, la UPU, como organización, ha experimentado también transformaciones importantes, y actualmente difiere mucho de la Unión General de Correos creada por 22 países en 1874. Algunos espíritus críticos estiman sin embargo que la UPU no evoluciona bastante de prisa. Hemos conversado con el Director General de la UPU Sr. Thomas E. Leavey, acerca del papel y de los desafíos futuros de la UPU, y le hemos pedido que nos expusiera algunos de los principales cambios recientes del mercado postal...

«Uno de los cambios más destacados ha sido la aparición de nuevos modelos de empresas que han aportado al sector postal un enfoque comercial, así como una vasta gama de nuevos productos y servicios. Los grandes expedidores de correo se han convertido en los principales clientes, y los servicios de Correos han debido adaptar sus productos en función de sus necesidades. Los nuevos modelos de empresas han conducido a una apertura del sector postal a las alianzas y a las coempresas con otras compañías en sectores de actividad conexos, tales como el mercado de la mensajería por expreso, haciendo así el sector postal más competitivo. Aludo a la vez a la competencia entre los Correos para el correo transfronterizo y a la competencia entre los operadores postales públicos y las sociedades de distribución privadas.

Otro cambio positivo del que somos testigos es el esfuerzo intenso desarrollado por los correos para mejorar la calidad de su servicio. En ausencia de un nivel de calidad elevado, los clientes dejarán muy pronto de utilizar el servicio postal. Me felicito de los progresos realizados por los Correos, por doquier en el mundo, para mejorar la calidad de su servicio, pero falta aún mucho por hacer. La UPU aporta su ayuda en este campo mediante sus diversos sistemas de evaluación de la calidad».

Union Postale: La UPU, como muchas otras organizaciones internacionales, es a veces objeto de críticas por parte de personas que le reprochan que funciona se-

gún un modo demasiado burocrático y que consagra demasiada energía, tiempo y dinero a formalidades administrativas y al papeleo. ¿Cómo ha cambiado la UPU desde su llegada al cargo de Director General, hace de ello más de ocho años?

Thomas E. Leavey: Yo diría que el argumento según el cual la UPU consagra demasiado tiempo al papeleo y a la formalidades administrativas es una exageración. La organización debe comunicarse con sus miembros en el marco de reglamentos, de procedimientos y de normas, y una buena documentación es necesaria a tal efecto. En realidad, la UPU ha prestado siempre un trabajo de calidad en lo que concierne a la documentación de sus decisiones y a la publicación de sus Reglamentos.

Estimo que la UPU y su Oficina Internacional se han hecho más dinámicas. Estamos más a la escucha de nuestros miembros, y a ellos es a quienes incumbe decidir a qué ritmo debemos progresar. Los miembros desean debatir cuestiones variadas en las reuniones de los diversos Grupos de Trabajo y de los Consejos. Quieren llegar a un consenso y, claro está, esto exige a veces tiempo. Quieren conocer todos los puntos de vista, a fin de evaluar las ventajas y los inconvenientes de una decisión dada. Esta es la razón por la cual la UPU utiliza un procedimiento riguroso y democrático, a fin de que los puntos de vista de todas las partes interesadas sean tomados en cuenta. A mi modo de ver, este es uno de nuestros principales instrumentos. Se debe recordar que la UPU representa a 189 países; debe pues recoger las opiniones de todos sus miembros y esforzarse por estructurar el procedimiento decisorio de manera organizada. Es cierto que he constatado un mejoramiento en el transcurso de estos últimos años a los niveles de la comunicación, de la escucha y de la puesta en práctica de las decisiones.

La Oficina Internacional era considerada antes como el guardián de las normas y el organismo encargado de su interpretación. Si bien la UPU sigue siendo una organización basada en normas, hemos comprendido que debíamos de ser más dinámicos y desempeñar un papel preponderante en el mundo postal para facilitar la evolución del sector. La UPU ha tomado también medidas concretas para abrirse a otras organizaciones del sector postal y de sectores conexos. Hemos establecido relaciones con la Organización Mundial de Aduanas, la IATA y los editores, así como con otros copartícipes por inter-

medio del Grupo Consultivo. Trabajamos también en el marco de las normas de la Organización Mundial del Comercio. Por otra parte, estimo que comprendemos mejor hoy el papel de la UPU y de sus miembros con respecto a la noción de servicio público, especialmente en lo que concierne al servicio universal y a la competencia en un mercado postal desregulado. Todos estos esfuerzos han conducido a una cooperación más estrecha con los copartícipes privados del sector postal y deberían ser considerados como un gran paso hacia delante.

Union Postale: ¿Qué responde usted a ciertas críticas según las cuales la UPU está desconectada de la realidad de las necesidades de sus miembros y pierde su razón de ser en un entorno postal que evoluciona rápidamente?

Thomas E. Leavey: Estoy firmemente convencido de que la UPU no pierde en absoluto su razón de ser. La UPU es una organización intergubernamental y, como tal, representa las opiniones de los Estados que han decidido que el servicio universal es esencial para sus propios ciudadanos. Tomamos nota de la tendencia a la liberalización y a la mundialización del mercado, pero la UPU sigue desempeñando un papel fundamental estableciendo normas para operadores postales, usuarios y diversos copartícipes del sector que crean servicios para el sector postal. Constatamos que la liberalización y la mundialización permiten a los servicios de Correos cambiar sus estructuras individuales, sus modos de organización y sus políticas comerciales. Pero siempre necesitarán un coordinador, una organización que reagrupe los intereses del sector. La UPU desempeña este papel. Reúne a los actores para que éstos puedan discutir y poner en práctica medidas que contribuirán a dinamizar y a orientar el mercado. Este último no podría reducirse a un terreno de juego en el cual los Correos se dedicarían a una competencia salvaje. Los Estados quieren que los usuarios estén satisfechos, y la UPU está ahí para vigilar, con objeto de que la prestación del servicio universal sea efectiva.

Union Postale: ¿Cuáles son, según usted, las principales ventajas del estatuto de miembro de la UPU, y en qué medida la organización consigue responder a las esperanzas de sus miembros?

Thomas E. Leavey: La principal ventaja del estatuto de miembro de la UPU es poder compartir la responsabilidad de la prestación del servicio postal en el mundo. En

efecto, los Países miembros y su Correo se convierten en operadores postales oficiales encargados por su gobierno de asegurar la prestación del servicio universal. Ello implica también, claro está, algunas obligaciones; me refiero principalmente a las obligaciones tradicionales enumeradas en nuestros convenios, como el respeto a la libertad de tránsito del correo y la colaboración con los servicios de aduanas. Pero los Países miembros de la Unión están también ligados por su compromiso común a favor de la libre circulación del correo en el mundo.

Aunque es una organización basada en normas, no intentamos imponer condiciones desrazonables a nuestros miembros. Nos esforzamos únicamente por organizar los intercambios de correo. Establecemos los procedimientos relativos a la distribución del correo, principalmente en lo que concierne a los pagos, y aseguramos las relaciones con las demás organizaciones que participan en el procesamiento del correo, tales como las compañías aéreas y las empresas de transporte marítimo. No se debe olvidar la importante misión de la UPU que consiste en asegurar actividades de cooperación técnica en beneficio de los países en desarrollo. Estos países cuentan con programas y proyectos de la UPU para desarrollar sus sistemas postales. La red postal constituye una cadena cuya solidez depende de cada uno de sus eslabones. Los países en desarrollo deben pues aplicar los mismos procedimientos y normas que los países desarrollados. Las actividades de la UPU en el campo de la cooperación técnica y del desarrollo postal han resultado ser muy eficaces para facilitar una reforma estructural de las organizaciones postales. La UPU favorece así la solidaridad entre los países desarrollados y los países en desarrollo.

La UPU favorece también el desarrollo de nuevas tecnologías y de nuevos medios para el seguimiento y la localización de los envíos postales, la dinamización del servicio EMS, así como el desarrollo del mercado de las encomiendas postales y de la publicidad directa. Hacemos todo lo posible por elaborar un sistema equitativo para el pago de los gastos terminales y hemos creado el Fondo para el Mejoramiento de la Calidad de Servicio, con miras a ayudar a los países en desarrollo a mejorar la calidad de su servicio. Todos estos esfuerzos son desarrollados en beneficio de los miembros de la UPU, y estimo que estos últimos son conscientes de los progresos realizados. El hecho de que la UPU sea una institución especializada de las Naciones Unidas contribuye a sentar su reputación y confiere un estatuto particular a la organización y a sus miembros.

Union Postale: ¿Cuáles son, en su opinión, los principales desafíos para la UPU de aquí al próximo Congreso y después del mismo?

Thomas E. Leavey: Uno de estos desafíos consiste ciertamente en asegurar el seguimiento de las proposiciones formuladas por el Grupo de Alto Nivel después del último Congreso, que tuvo lugar en Beijing en 1999. Algunos temas de estas proposiciones siguen siendo actuales, especialmente en lo que concierne al papel y a la misión de la UPU, a su estatuto de organización internacional, al entorno reglamentario en el cual los Correos deben operar y al papel de los operadores privados en un mundo donde se ejerce la libre competencia. Muchos de nuestros miembros están comprometidos en un proceso de liberalización. Tenemos que determinar la manera como esta evolución influye en su estatuto de miembro de la UPU y los reglamentos de la organización.

La creación de un sistema justo y equitativo de gastos terminales representa otro desafío importante. Por una parte, tenemos que encontrar el medio de reembolsar correctamente a los países sus gastos de distribución del correo y, por otra parte, instaurar un sistema equitativo para todos los actores del mercado, incluidos los operadores privados. Otro desafío directamente ligado a los gastos terminales concierne al Fondo para el Mejoramiento de la Calidad de Servicio. Este Fondo es un gran éxito si se considera el dinero recogido mediante la sobretasa de un 7,5% sobre los pagos efectuados a título de gastos terminales. Pero hasta el presente, los países más desfavorecidos y los más pequeños han recibido muy poco por intermedio del Fondo en comparación con los grandes países en desarrollo. Así pues, es necesaria cierta reestructuración del Fondo.

El entorno estratégico en el cual los Correos operan constituye también una cuestión importante. Tenemos que comprender mejor la situación en los terrenos en los cuales el volumen de los intercambios disminuye debido a la evolución de las necesidades de los clientes. También debemos definir con claridad medidas capaces de modificar esta tendencia – medidas que deben ser tomadas por los Correos con la ayuda de la UPU – en beneficio de la creación de nuevos servicios que puedan constituir nuevas fuentes de ingresos. En el marco de nuestro plan estratégico, debemos tratar todas estas cuestiones y definir con claridad la naturaleza de la asistencia y de la coordinación que la UPU debe asegurar para ayudar a los Países miembros a adaptarse a la evolución del mercado.

Union Postale: Copartícipes del sector privado participan ya en ciertos trabajos de la UPU y del Grupo Consultivo, el cual se convertirá, al correr del tiempo, en el tercer órgano de la UPU con el nombre de Comité Consultivo. Pero algunos copartícipes estiman que ello no es suficiente. ¿Está previsto tratar la cuestión de la adhesión de los operadores privados a la UPU?

Thomas E. Leavey: Corresponde a los miembros pronunciarse sobre esta cuestión. Es verdad que hemos tenido discusiones intensas sobre el papel de los copartícipes del sector privado en el seno de la UPU. Personalmente, yo preferiría que se beneficiasen del estatuto de observadores en la mayoría de los órganos de la organización. El Grupo de Alto Nivel ha decidido proceder por etapas hasta la instauración del Comité Consultivo con ocasión del próximo Congreso. Estimo que, al correr del tiempo, iremos más lejos y permitiremos a los copartícipes que contribuyan plenamente a los trabajos de la UPU. Esta realidad no es tan lejana como pueda parecer puesto que los copartícipes participan ya en las actividades del Grupo Consultivo. Operadores privados participan en los trabajos de este Grupo y asisten a nuestras reuniones en el marco de algunas delegaciones nacionales. Cabe pues prever un cambio progresivo. No veo esto como una amenaza. Por el contrario, creo que ello reforzará la influencia de la UPU.

Union Postale: ¿Cuál ha sido, hasta el presente, el aspecto más fecundo de su trabajo?

Thomas E. Leavey: El aspecto más fecundo de mi trabajo es ciertamente la posibilidad de encontrar a tantas personas formidables en el mundo postal y de poder conversar con ellas. Las respeto no sólo por sus talentos y su aptitud para servir a los usuarios, sino también por sus esfuerzos a favor del mejoramiento de los servicios postales. He visitado 84 países diferentes en el transcurso de los ocho últimos años. En una de mis visitas, tuve la ocasión de entrevistarme con altos dirigentes – presidentes, primeros ministros, ministros y directores generales – y siempre aproveché la ocasión para discutir sobre la importancia del servicio postal para el desarrollo económico y social. Me siento feliz de poder afirmar que la reacción de mis interlocutores fue siempre positiva. Estimo que es mi deber de Director General atraer la atención de quienes deciden, tanto en el sector público como en el sector privado, sobre la importancia de los servicios postales.

Union Postale: ¿Cómo considera usted el lugar y el papel de la UPU en el seno del sistema de las Naciones Unidas, y de qué manera la UPU contribuye a la realización de los objetivos de las Naciones Unidas?

Thomas E. Leavey: Los objetivos de las Naciones Unidas, tales como se enuncian en la Declaración del milenario, versan esencialmente sobre la reducción de la pobreza y la aptitud de las naciones para trabajar juntas en la aplicación de un vasto programa de desarrollo. Estimo que la UPU está bien situada para contribuir a la realización de estos objetivos. Los Correos contribuyen al desarrollo económico. Yo diría incluso que en ausencia de un sistema postal viable la economía de un país no puede desarrollarse al máximo de sus capacidades. Diría también que la misión de la UPU no se limita a la prestación de los servicios postales. Trabajamos en el marco de la ONU en coparticipación con el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo y otras organizaciones de las Naciones Unidas para aportar asistencia a los países más desfavorecidos. Por intermedio de nuestros programas de cooperación técnica y de desarrollo, contribuimos a la realización de grandes objetivos del sistema de las Naciones Unidas. La UPU contribuye directa e indirectamente a mejorar el entendimiento y la comunicación entre todos los sectores de la sociedad.

Union Postale: Si el joven cartero o la joven cartera que distribuye su correo le preguntara si tiene futuro en el servicio del Correo, ¿Qué respondería usted?

Thomas E. Leavey: Me hacen con frecuencia esta pregunta de diferentes maneras: ¿existirá el correo dentro de diez o veinte años? Y yo respondo invariablemente de manera afirmativa. Siempre necesitaremos comunicaciones escritas. Esto no significa que el mercado no está cambiando. Los Correos deberán dar muestras de innovación y proponer nuevos productos y servicios, especialmente en el campo de las comunicaciones electrónicas.

Yo diría pues al joven cartero o a la joven cartera que sigan siendo optimistas. Ustedes deben ampliar sus competencias y contemplar la posibilidad de trabajar en otros sectores de la actividad postal. Aunque sea instructiva, la carrera del cartero o de la cartera no ofrece quizá las mejores posibilidades de ascenso. Sin embargo, sigo siendo optimista y estimo que los que han estudiado el futuro del mercado estarán de acuerdo conmigo para decir que el servicio postal seguirá siendo una realidad durante mucho tiempo.

Union Postale: ¿Qué hace usted para descansar? ¿Escribe usted a veces cartas (físicas) durante su tiempo libre?

Thomas E. Leavey: Me gustan todos los deportes, pero sobre todo el tenis y el golf. También practico un poco el esquí y leo mucho. Sí, escribo cartas. Confieso que utilizo también el correo electrónico, pero estimo que una carta tiene un valor particular. Esta es la razón por la cual paso mucho tiempo, sobre todo a fines de año, escribiendo cartas personales a miembros de mi familia y a mis amigos. A fines del año pasado, algunas personas con las cuales tengo costumbre de cartearme me enviaron cartas electrónicas. Eran muy atractivas y simpáticas, pero confieso que me sentí algo decepcionado porque, a mi modo de ver este tipo de tarjetas no tiene tanto significado como una tarjeta tradicional, elegida especialmente, con un toque personal. Sí, tengo que decirle que soy particularmente adicto a las cartas. Habrá quien diga que ello es sentimental, pero yo encuentro que las cartas implican cierta calidad, una calidad literaria, que con frecuencia falta en los mensajes electrónicos. No digo que estoy en contra del correo electrónico, digo sencillamente que no es un medio de comunicación adecuado para expresar sentimientos profundos o pensamientos íntimos.

Fotos: Alexandre Plattet.

Una oficina de Correos bajo los proyectores

Naxxar, Malta

El pequeño archipiélago de Malta, en el corazón del mediterráneo, ha sido descrito con frecuencia como un crisol de civilizaciones. En la encrucijada de las vías marítimas, las islas maltesas constituyen desde hace más de siete mil años un foco, una plaza fuerte, una factoría comercial y un refugio. Los constructores de templos, los marinos fenicios, el apóstol Pablo, gran viajante, los caballeros de San Juan, Napoleón y la familia real británica han dejado todos ellos en él su huella.

Las islas de Malta, de Gozo y de Comino tienen unos 400 000 habitantes repartidos entre más de 67 ciudades y pueblos. Más de un millón de visitantes afluyen cada año hacia el archipiélago, y el turismo constituye una parte importante de su actividad económica.

Mientras que el resto de Europa tiritaba, Malta goza de un clima soleado y templado. La lengua nacional es el maltés, pero el inglés es la segunda lengua oficial de la isla, y numerosos malteses hablan también el italiano debido a su proximidad con Sicilia y con la Italia continental.

Primera oficina de Correos y primeros sellos

La historia postal de Malta se remonta a la Edad Media, a una época en la cual las autoridades civiles y eclesiásticas de Malta debían mantener contactos con sus soberanos y con la jerarquía eclesiástica, basados en Sicilia y en Roma. Con la donación de Malta a los caballeros hospitalarios de San Juan por Carlos V, el Correo adquirió importancia con el aumento de los intercambios de envíos.

Sin embargo, la primera oficina central de Correos no se estableció hasta el año 1895. Entonces, los sellos de Correos británicos cesaron de ser válidos en Malta y en Gozo, y el país empezó a emitir sus propios sellos.

Como colonia británica, Malta se adhirió a la Unión Postal Universal en 1875. El país se convirtió en miembro de pleno derecho de la UPU en 1965, un año después de adquirir su independencia.

Maltapost

Los servicios postales de las islas maltesas son administrados por Maltapost plc, que fue creado en 1998. El Gobierno posee el 65% de las acciones de dicha empre-

sa, mientras que el 35% restante está en manos del correo neozelandés, con el cual Maltapost ha celebrado un contrato de gerencia.

Maltapost explota una red de treinta oficinas de correos. La oficina central está situada en Marsa. Estos establecimientos ofrecen todos los servicios postales. Prestaciones restringidas son también facilitadas al público en 20 oficinas de Correos auxiliares.

Maltapost asegura un servicio postal acelerado (EMS), en competencia directa con los mensajeros por expreso privados. La empresa cuenta también con una oficina filatélica que propone una amplia gama de productos y de servicios filatélicos a los coleccionistas, contribuyendo así a la promoción de Malta en el resto del mundo.

Todo al alcance de la mano

Habida cuenta de la pequeña superficie de Malta (27 kilómetros por 14, la isla de Gozo sólo representa una tercera parte del archipiélago), todo es accesible fácilmente y en poco tiempo. Además, en Malta, nunca se está lejos del mar.

Otra ventaja de la dimensión de la isla es el hecho de que allí todos se conocen, sobre todo en los pueblos pequeños. Esto se refleja con gran claridad en la acogida tranquila y familiar que los empleados de Correos reservan a sus clientes.

La gira de reparto de un cartero puede abarcar una pequeña zona con elevado volumen de tráfico (como la capital, La Valette, o la ciudad cosmopolita de Sliema) o una zona rural más extensa y con poco volumen de tráfico. Sin embargo, en la mayoría de los casos, sólo se trata de un pequeño recorrido en el barrio.

La oficina de Correos de Naxxar

Estamos en camino hacia el pueblo de Naxxar, situado a media distancia entre el centro y el norte de la isla. Naxxar ofrece un interés histórico, arqueológico y cultural propio de cada período del pasado de Malta. El nombre de la ciudad podría provenir de una palabra árabe que significa «línea divisoria» o «corte», debido a su situación geográfica. Podría también referirse a la palabra «naxra», que significa «cristiandad», pues se dice que San Pablo predicó en estos lugares después del naufragio de su nave cerca de la costa de la isla en el año 60 de nuestra era.

El pueblo de Naxxar, que tiene unos 10 000 habitantes, cuenta con edificios antiguos y recientes, repartidos en una superficie de aproximadamente 11 kilómetros cuadrados. Urbanizado en un 80%, el pueblo tiene callejuelas estrechas típicas en los barrios antiguos, mientras que una deliciosa mezcla de antiguas casas de campo y de chalets modernos en un marco pintoresco, que ofrecen a veces una hermosa vista sobre el mar, caracteriza la parte rural del pueblo (20%).

La oficina de correos de Naxxar fue inaugurada hace diez años, pues el pueblo se había desarrollado hasta tal punto que ya no podía depender de la oficina de Correos de la ciudad vecina de Mosta. Situada en el centro de Naxxar, la oficina de Correos es fácilmente accesible a los automóviles y a los peatones. Christino Xuereb es el administrador jefe de la misma y, como tal, supervisa los trabajos de dos administradores y de un gestor de cuentas en los servicios de ventanilla.

Distribución del correo

Esta oficina de Correos ha servido de establecimiento piloto con miras a la instalación de puestos de clasifica-

ción modernos, siendo su objetivo facilitar el procesamiento del correo. Este proyecto tuvo tal éxito que va a ser extendido a todas las demás oficinas de distribución.

La oficina de distribución de Naxxar cuenta con diez rutas postales atendidas por siete carteros y tres carteras. Cuatro de ellos distribuyen el correo en motocicleta en las zonas periféricas, mientras que el correo encaminado hacia los otros seis recorridos es distribuido por carteros a pie.

Gracias al clima relativamente templado de Malta, apetece permanecer fuera, salvo en verano, cuando las temperaturas pueden ser bastante elevadas. Por lo demás, en verano, las carteras y los carteros empiezan su reparto por la mañana temprano para evitar los grandes calores. Crema de protección solar y botellas de agua suministradas por la oficina les aseguran mejores condiciones de trabajo.

Annabelle Brincat es una de las tres carteras de Naxxar. Cuando le hablan de su trabajo, dice que se siente feliz, pues puede pasearse por el campo y encontrarse con gente durante su reparto. «¿Qué más pedir? Hay quien tiene suerte».

| | |
|-----------------------------------------------------|-------------|
| Maltapost en cifras | |
| Oficinas de Correos: | 30 |
| Oficinas de cambio: | 1 |
| Oficinas de Correos auxiliares: | 20 |
| Número de empleados: | 798 |
| Envíos de correo internacional que salen cada año: | 6 millones |
| Envíos de correo internacional que llegan cada año: | 9 millones |
| Envíos de correo interior: | 52 millones |
| Encomiendas que llegan: | 24 000 |
| Encomiendas que salen: | 12 000 |
| Cartas de régimen interior por habitante: | 130 |

Fotos:

- Fig. 1. – Mujer con suerte: Annabelle Brincat efectúa su reparto en el marco pintoresco de Malta.
- Fig. 2. – La oficina de Correos de Naxxar: Philip Chircop atiende a los clientes del pueblo y a los de las zonas periféricas.
- Fig. 3. – En camino hacia su reparto: Jacqueline Muscat, Annabelle Brincat y Kenneth Pisani, tres de los diez carteros de Naxxar.
- Fig. 4. – Annabelle Brincat clasifica el correo según un nuevo procedimiento de clasificación en la oficina de distribución de Naxxar.

Foro filatélico

Cuando nuestras tarjetas postales eran nuestros e-mails

¿El correo electrónico está en trance de marginalizar la tarjeta postal y de desplazarla a la categoría de reliquia de un pasado remoto? Según los especialistas, esto dista mucho de ser cierto. Si bien por una parte la tarjeta postal nos aporta un interés histórico y documental y permite volver a encontrar la vida de nuestra región, de nuestra ciudad, de nuestro pueblo, en un período bien preciso, también nos proporciona este placer único, esta dulce mezcla de nostalgia y de acercamiento, la materialización de una amistad o de un sentimiento expresado por su expedidor y, por esto mismo, sigue siendo algo intemporal.

La historia de la tarjeta postal nos dice mucho sobre los modos de vida. Los especialistas están de acuerdo en decir que nació el 1° de octubre de 1869 en Viena, dibujada por Emmanuel Hermann. Se trataba de introducir un sistema de correspondencia abierta, práctico y económico, parte integrante del progreso industrial y del desarrollo de las comunicaciones de la época. El éxito fue inmediato, a pesar de las críticas de algunos clientes a quienes no gustaba esta correspondencia abierta a la indiscreción de numerosos lectores.

En 1872, se promulgó la primera ley sobre correspondencia al descubierto y, seis años más tarde, la Unión Postal Universal uniformaba el formato 9 x 14 cm., las tres líneas horizontales reservadas a la dirección del destinatario y la mención según la cual la dirección de Correos declinaba toda responsabilidad en cuanto al contenido de la tarjeta. A partir de 1889, las tarjetas ilustradas hicieron su aparición, seguidas el año siguiente de tarjetas fotográficas. Antes de la expansión de la fotografía, las tarjetas postales constituían el recuerdo menos caro de un viaje, de una excursión.

De 1900 a 1914, la tarjeta postal conoció un fasto período, desempeñó de la mejor manera posible su papel de medio de comunicación popular para anunciar las fiestas y los acontecimientos de la vida diaria. Durante la Primera Guerra Mundial, las tarjetas postales fueron sometidas a la censura y se convirtieron en un instrumento de propaganda, y sólo a partir de 1918, con el desarrollo de los transportes, del teléfono y el aumento del precio del sello, disminuyó su atractivo.

¿Una nueva edad de oro?

Hubo que esperar hasta 1975 para que la tarjeta postal suscitara un nuevo incremento de interés. En una primera fase, fueron los museos los que promocionaron este objeto, pues vieron en la tarjeta postal no sólo un instrumento para evidenciar un próximo pasado, sino también su valor documental. La primera gran exposición «La tarjeta postal» tuvo lugar en el museo de las artes y tradiciones populares de París en 1978, es decir casi un siglo después de la primera exposición mundial de tarjetas postales en Viena, que tuvo lugar en 1894.

Los museos iniciaron en cierto modo una nueva demanda. En consecuencia, el número de cartófilos no cesó de crecer, y la cartofilia se convirtió en la segunda colección más popular después de la filatelia.

Un primer club constituido por unos cuantos apasionados, creado en París en 1966 bajo el nombre de «Círculo francés de coleccionistas de tarjetas postales», abrió la vía a numerosos clubes, asociaciones y agrupaciones de cartófilos en Europa, en América del Norte y en algunos países de Extremo Oriente.

Resulta difícil facilitar una cifra global. James Eveillard, del Conservatorio regional de la tarjeta postal, en el Morbihan, evalúa el número de «verdaderos coleccionistas en 20 000 y de coleccionistas ocasionales en 200 000 ello solamente en Francia». Sin olvidar los millones de turistas que, cada año, señalan su paso por todos los lugares del mundo con la compra de tarjetas postales a modo de recuerdo o para enviarlas a sus allegados.

Historiadores improvisados

La publicación de catálogos y de revistas especializadas puso en marcha un mercado estructurado, numerosos salones nacionales e internacionales y bolsas locales. «El resultado más significativo de este entusiasmo a nivel cultural, es la publicación de numerosas obras de historia local o regional, fruto de investigaciones de coleccionistas en búsqueda de sus raíces que se han convertido en historiadores improvisados», indica Christian Deflandre, Conservador del museo de la tarjeta postal en Antibes, en la Costa Azul, quien añade: «La tendencia que se desprende actualmente es la búsqueda de tarjetas regionalistas, tendentes a reunir y catalogar todas las producciones relativas a un municipio o una región. Otros coleccionistas se interesan por todas las actividades humanas y no cesan de sorprendernos». Los temas son tan

diversos como especializados. Por ejemplo, existen coleccionistas apasionados por los ilustradores, los oficios raros, los carritos tirados por perros o los exhibidores de osos. La cartofilia prosigue sus investigaciones tanto en los mercados de objetos viejos, en los mercados de lance, en los catálogos de venta y, como no podía ser menos, a través de Internet.

Revolución numérica

El primer CD-ROM sobre la tarjeta postal fue creado en 1994 y presenta la exposición virtual de la colección Meillassoux, conjunto prestigioso de 20 000 tarjetas postales. Con las nuevas tecnologías, la oferta ha llegado a

ser ilimitada y la demanda se desarrolla. Lise Brosseau, Presidenta del Club de cartófilos del Québec, propone consultar los sitios de venta por subastas a través de Internet para hacerse una idea de la amplitud de esta pasión. Precisa que «algunos días, hay en línea más de 100 000 transacciones».

La tarjeta postal se maneja ya en una multitud de formas virtuales. Con un simple movimiento de ratón, se descompone, se anima, emite música, se personaliza y anuncia un acontecimiento feliz, una fiesta, expresa agradecimiento, sentimiento, rinde homenaje a las personas allegadas, etc. Su función sigue siendo la misma desde hace un siglo, pero la revolución numérica ha pasado por ella...

Union Postale

Fórmula de suscripción

Suscripción anual: Suiza Fr.s 12 Otros países Fr.s 21

Las Administraciones postales tienen derecho a tarifas especiales. Para más amplia información, sírvase contactar la Oficina Internacional.

Suscribo _____ abono(s) anual(es)

Pago: ☐ giro postal
 ☐ cheque bancario (en francos suizos emitido contra un banco suizo)
 ☐ transferencia postal (30-820-4 Berne)
 ☐ transferencia bancaria (143996-61-10, Credit Suisse, Berne)

Tarjeta de crédito: ☐ American Express ☐ Visa ☐ Euro/Mastercard

Número de la tarjeta Fecha de caducidad

Nombre del titular

Apellido Nombre

Dirección postal

Ciudad Código postal

País Firma

Envíese a: Redacción *Union Postale*, Union postale universelle, Case postale, 3000 BERNE 15, SUIZA.

UNION POSTALE

Revista trimestral de la Unión Postal Universal

Dirección: Bureau international de l'Union postale universelle, Case postale, 3000 BERNE 15, SUIZA, teléfono +41 31 350 31 11, fax +41 31 350 31 10, e-mail: juliana.nel@upu.int

Publicada en francés, alemán, árabe, chino, español, inglés y ruso por la Oficina Internacional de la Unión Postal Universal

Redactores: Juliana Nel y Jérôme Deutschmann

Impresión: Benteli Hallwag Druck AG, Berna

Las opiniones expresadas en los artículos publicados en la revista no son necesariamente las de la UPU.

Los artículos publicados en *Union Postale* pueden ser reproducidos indicando su fuente.