

Impulsando el sector postal desde 1875

JUNIO DE 2011

Nº 2

# UNION POSTALE



Unión Postal Universal,  
organismo especializado  
de las Naciones Unidas

.....  
El éxito de EMS  
en Asia-Pacífico

El Correo afgano  
promueve la creación  
de direcciones



Japón

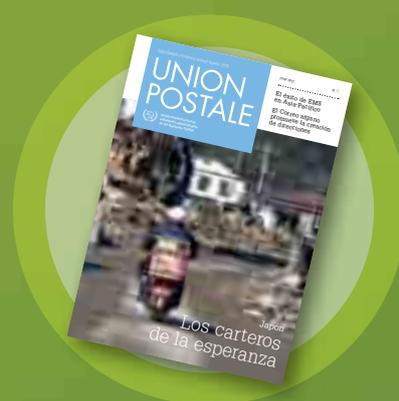
# Los carteros de la esperanza

# ¡Ya es hora de suscribirse!

Desde 1875, *Union Postale* ha reportado noticias acerca del sector postal internacional para el beneficio de todos los interesados en la industria. Esto incluye a reguladores, expertos operacionales, empleados de las oficinas postales, estrategas, proveedores, académicos, filatelistas y todo aquél con gran interés en los Correos.

Celebre con nosotros el aniversario número 135 de *Union Postale*, formando parte de nuestros miles de lectores. Suscríbase ahora para recibir cuatro ediciones anuales en uno de los siete idiomas de nuestra revista de alta calidad y a todo color .

Suscriptores privados de cualquier parte del mundo pueden hacerlo por CHF50 al año. Descuentos especiales son aplicables para los Correos de los países miembros de la UPU.



**Envíenos su orden vía fax al +41 (0)31 350 37 11 o  
escríbanos un correo electrónico a [faryal.mirza@upu.int](mailto:faryal.mirza@upu.int)  
con la siguiente información:**

|   |                                      |
|---|--------------------------------------|
| <b>Nombre:</b>                          | <b>Idioma deseado de la revista:</b> |
| <b>Posición:</b>                        | <input type="checkbox"/> Inglés      |
| <b>Organización/Operador:</b>           | <input type="checkbox"/> Francés     |
| <b>Dirección Postal completa:</b>       | <input type="checkbox"/> Árabe       |
|   | <input type="checkbox"/> Chino       |
|   | <input type="checkbox"/> Alemán      |
| <b>Dirección de correo electrónico:</b> | <input type="checkbox"/> Ruso        |
| <b>Número telefónico:</b>               | <input type="checkbox"/> Español     |
| <b>Dirección de Fax:</b>                |                                      |

# Indice

## Tema de cubierta

### Japón: el Correo contra viento y marea

Un mensaje de esperanza después del terremoto del 11 de marzo

10

## Reportajes

### EMS crece a toda velocidad en Asia-Pacífico

Por qué el servicio exprés está en alza especialmente en una región

16

### Sellos para no olvidar el SIDA

Más de 20 Correos recuerdan los 30 años de la epidemia

24

## Semblanzas

### Con los ojos puestos en el Correo

Amira Moussa trabaja para el Correo de Djibuti de cara al público

26

## La entrevista

### Cuatro dígitos que mejoran el tratamiento del correo

El presidente del Correo afgano nos habla de los nuevos códigos postales y de los servicios electrónicos

20

## Secciones

### Apuntes

4

### El foco del editor

5

### Perfil

8

### Panorama

27



Cubierta: Rob Gilhooly

# Junio de 2011

*Union Postale* es la revista bandera de la Unión Postal Universal desde 1875. Esta publicación policroma se publica cada trimestre en siete lenguas y cubre las actividades de la UPU, las informaciones internacionales y las innovaciones del sector postal. La revista publica también artículos de fondo sobre temas técnicos innovadores, así como entrevistas con los dirigentes del sector. *Union Postale* se distribuye a los operadores, a los ministerios responsables de los correos y a los reguladores de los 191 Países miembros de la UPU, y en especial a miles de decisores, que consideran la revista como una valiosa fuente de informaciones.

*Union Postale* se publica en alemán, árabe, chino, español, francés, inglés y ruso..

**Jefe del Programa Comunicación:** Rhéal LeBlanc (RL)

**Jefe de redacción:** Faryal Mirza (FM)

**Colaboradores:** Jane Daly, Jérôme Deutschmann (JD), Ruby Pratka (RP), Julian Ryall, Toshihide Suzuki

**Traducción:** Rosa Cifuentes, Rosario Silva

**Corrección de pruebas:** Rosa Cifuentes

**Fotógrafos:** Rob Gilhooly, Kamran Jebreili, Alexandre Plattet

**Diseño:** Die Gestalter, St. Gallen (Suiza)

**Rediseño de la cubierta:** BlackYard, Berna (Suiza)

**Impresión:** Oficina Internacional de la UPU, Berna (Suiza)

**Apoyo administrativo:** Gisèle Coron

**Suscripciones:** publications@upu.int

**Publicidad:** faryal.mirza@upu.int

Impreso en FSC Mixed Sources con papel mediante procesos y tinta respetuosos del medio ambiente. Las opiniones expresadas en los artículos no son necesariamente las de la UPU. La reproducción de extractos de la publicación está autorizada siempre que vaya acompañada de la mención © *Union Postale* (UPU).

*Union Postale*

Oficina Internacional  
Unión Postal Universal  
Case postale  
3000 BERNA 15  
SUIZA

**Teléfono:**

+41 31 350 35 95

**Telefax:**

+41 31 350 37 11

**E-Mail:**

faryal.mirza@upu.int

**Sitio Web:**

www.upu.int

# Apuntes

## Inclusión financiera

### La Fundación Gates apoya las actividades de la UPU



**Ha llegado el momento de contemplar nuevos modelos para obtener y enviar dinero en efectivo.** Foto: Gettyimages

Una subvención de la Fundación Bill & Melinda Gates permitirá a la UPU explorar cómo extender el acceso a los servicios financieros a los menos favorecidos a través de las redes postales. Unos 700.000 USD financiarán los trabajos sobre cómo los Correos pueden efectuar acuerdos con instituciones financieras y operadores de teléfonos móviles que proporcionan el servicio de envío de remesas para atender mejor a los menos privilegiados, intercambiar conocimientos prácticos entre las partes interesadas e iniciar proyectos piloto.

Dada la creciente atención de la UPU por la inclusión financiera, la organización es el socio más adecuado para este proyecto, afirma Tamara Cook, responsable del programa en la Fundación. «La UPU es el responsable histórico de todos los asuntos postales como agencia de las Naciones Unidas creada incluso antes del nacimiento de éstas últimas. Ha lle-

gado el momento de reafirmar la capacidad de la UPU como asesor de los Correos y explorar nuevos modelos para aprovechar a su infraestructura como punto de entrega y recepción para las instituciones financieras y los proveedores de remesas través del móvil», continúa Cook. Edouard Dayan, agradeció a la fundación su apoyo y añadió, «Esta colaboración pone de relieve la importante contribución de la UPU a los esfuerzos internacionales para luchar contra la pobreza y fomentar el desarrollo social».

#### Llegar a todo el mundo

La iniciativa de la Fundación Bill & Melinda Gates para acercar los servicios financieros a los menos favorecidos trabaja con una amplia gama de socios públicos y privados con objeto de aprovechar la tecnología y la innovación para proporcionar cuentas de ahorro de calidad, asequibles

y seguras así como otros servicios financieros a los más necesitados del mundo en desarrollo.

La UPU es un socio ideal para llevar los servicios financieros a los más desfavorecidos del mundo. Al día de hoy, 1.500 millones de personas ya utilizan su oficina local de correos para los servicios financieros. De ellas, 400 millones tienen cuentas postales, sobre todo en países en desarrollo.

La red global de la UPU cuenta con 660.000 puntos de atención al público, a cargo de un total de 5,5 millones de empleados. Su presencia en zonas rurales no tiene parangón con la de cualquier otra red logística o bancaria, solamente en los países en desarrollo cuenta con 500.000 sucursales.

Los Correos tienen una gran tradición en la proporción de servicios financieros. El primer banco de ahorro postal fue creado en 1861 en Gran Bretaña. La primera Acta de la UPU sobre giros postales internacionales se firmó en 1878. Fue renovada en el Congreso UPU de 2008 para mejorar la seguridad de las transferencias electrónicas, fomentar la protección del usuario y asegurar la confidencialidad de los datos. **FM**



Financial Services for the Poor  
[www.gatesfoundation.org/  
financialservicesforthepoor/  
Pages/default.aspx](http://www.gatesfoundation.org/financialservicesforthepoor/Pages/default.aspx)

## La fecha

# 1 de octubre de 2011

Los países miembros de la UPU acordaron durante el CEP la entrada en vigor en este día de las nuevas normas sobre manipulación de objetos conteniendo baterías de litio.

## El foco del editor

Cuando nos enfrentamos a las imágenes de destrucción que nos ha dejado el gran terremoto del Este de Japón, ¿cómo no vamos a conmovernos? En las 18 prefecturas devastadas, casi 16.000 personas han muerto y cerca de 10.000 han desaparecido. Cuando las noticias comenzaron a filtrarse a través de los trabajos de *Japan Post* para asegurar al máximo un servicio sin interrupciones a sus clientes o usuarios de la zona, no podíamos perder la oportunidad de cubrir esta historia en la revista. El reto como editora fue el de encontrar un equipo capaz de contar la historia sobre el terreno, con experiencia para moverse en medio del desastre y tratar con sensibilidad a las personas que han perdido tanto a seres queridos como pertenencias y recuerdos de toda una vida.

El resultado es una historia sobre los supervivientes del terremoto que incluye clientes y empleados

postales, todos igualmente devastados por lo sucedido. El reportaje corre a cargo de Julian Ryall, un veterano periodista, y de Rob Gilhooly, un experimentado fotógrafo. Juntos, pasaron dos días entre los supervivientes de la prefectura de Miyagi, conociendo cosas sobre su vida y comprobando el impacto del terremoto en los servicios postales.

A su vuelta de la zona afectada, Julian me escribió diciendo: «Los funcionarios del servicio postal en Ishinomaki fueron fantásticos y no han podido ser de más ayuda».

Esto dice mucho sobre el profesionalismo de estos trabajadores. A pesar de sufrir sus tragedias personales, estos supervivientes todavía encontraron la fuerza para despertarse, ponerse sus uniformes y servir a su comunidad. **Faryal Mirza. Editora en Jefe**

### Facilitar el comercio

## Brasil ofrece su experiencia y conocimientos

Brasil compartirá con la UPU sus conocimientos prácticos sobre la facilitación del comercio a través del Correo, lo que permitirá beneficiar a otros países con iniciativas para la exportación como la denominada *Exporta Fácil*, un programa que ha tenido gran éxito en aquel país. Mediante esta cooperación, la UPU utilizará la metodología de Brasil para ayudar a los Correos a poner en marcha mecanismos de exportación a través de sus redes postales. La asistencia incluirá la formación.

En su décimo aniversario, *Exporta Fácil* está disponible en más de 8.000 oficinas de Correos. El sistema acelera el proceso para las medianas y pequeñas empresas que deseen exportar mercancías al extranjero.

Luciana Cortes Roriz Pontes, vicesecretaria de asuntos postales del ministerio brasileño de comunicaciones, firmó el acuerdo con el director general de la UPU Edouard Dayan en la sede de la Unión el mes de mayo pasado. «Juntos desarrollaremos una serie de herramientas

para ayudar a otros gobiernos y a sus Correos a implementar conceptos similares a *Exporta Fácil* en sus países», dijo Pontes.

El último año, se exportaron mercancías por valor de más de 220 millones de USD a través de la red postal de Brasil, lo que hizo que el valor total de las exportaciones a través de *Exporta Fácil* desde 2001 alcanzara los 1.000 millones de USD.

Otros países latinoamericanos, como Colombia, Ecuador, Perú y Uruguay, han creado su propia versión de *Exporta Fácil* con la ayuda de la Unión Postal de las Américas, España y Portugal (UPAEP), unión restringida de la UPU, y del Banco Interamericano de Desarrollo. Chile y Argentina pronto lanzarán también este programa.

«Hoy día estos países están recogiendo los beneficios de haber tomado la decisión correcta invirtiendo en operaciones postales, transformándolas en verdaderos acuerdos en su política exterior», aseguró Pontes.

RL

### Direcciones

## Africa Occidental aborda temas clave

Las direcciones son esenciales para que los países funcionen sin problemas y también para que sus economías lo hagan correctamente. Esa premisa formó las bases del cuarto taller sobre calidad de servicio, que tuvo lugar en Monrovia, Liberia, desde el 28 de febrero al 4 de marzo del corriente año.

Cinco países participaron en el taller: Gana, Gambia, Liberia, Nigeria y Sierra Leona. Todos, al igual que en el resto de los talleres, subrayaron la necesidad de contar con direcciones normalizadas y seguras. Los operadores postales necesitan procesar y entregar el correo de manera eficiente. Los gobiernos deben contar con las facilidades necesarias para poder recaudar impuestos, ofrecer las prestaciones correspondientes y procesar las transferencias de fondos.

«Este es un taller muy útil, teniendo en cuenta que, en un sector con fuerte competencia internacional, necesitamos buenas direcciones para desarrollar nuestro negocio, no sólo en Liberia sino también en el resto de África», dijo Frederick Norkeh, ministro responsable de correos y telecomunicaciones de Liberia.

JD

# Apuntes

Seguridad postal

## Un nuevo comité para crear estándares globales



**Los explosivos encontrados en aeronaves pertenecientes a *couriers* privados pusieron en marcha las medidas de la TSA.** Foto: Gettyimages

Un nuevo inter-comité de seguridad postal de la UPU compuesto por operadores postales y organizaciones internacionales se ha reunido en abril por primera vez para debatir el desarrollo de estándares globales de seguridad con objeto de mejorar la seguridad de la cadena de suministro.

«Es esencial trabajar juntos a nivel internacional para definir estándares globales en este área, estándares que se apliquen a todos los implicados en vez de que lo hagan cada país u organismos supranacionales por su cuenta», dijo el director general de la UPU, Edouard Dayan.

La decisión es consecuencia de la introducción, el pasado mes de noviembre, de nuevas medidas de seguridad por la Agencia de Seguridad del Transporte de Estados Unidos (TSA, por sus siglas en inglés) para su correo internacional tras la interceptación en la red de *couriers* privados, el pasado mes de octubre, de dos paquetes explosivos procedentes de Yemen.

Las medidas forzaron a los Correos de los países miembros de la UPU a cambiar sus procedimientos operativos de improviso. Los Correos envían más de 418 millones de cartas, paquetes y correo urgente a los Estados Unidos cada año. Algunos decidieron detener o retrasar la aceptación de correo procedente de Estados Unidos, incluidos los productos *courier* y se enfrentaron a costes más

elevados de transporte y el cierre de importantes *hubs* de tránsito. Esto provocó retrasos de correo en todo el mundo. Varios países reanudaron el servicio de manera total a finales de marzo y principios de abril. Otros todavía están experimentando bloqueos o demoras en el correo. Algunos *hubs* de tránsito todavía no aceptan correo de otros países con destino a EEUU.

En la reunión de abril, representantes de los Correos, de la Asociación Internacional de Transporte Aéreo, de la Organización Mundial de Aduanas, la Organización Internacional de Aviación Civil, y de la Organización Mundial del Comercio revisaron las actuales normas y procesos postales de aduanas y de las líneas aéreas. Se esperan recomendaciones a finales del corriente año sobre como armonizar todo ello de manera coordinada.

Con la Unión Europea desarrollando también requisitos relativos a la seguridad en el transporte aéreo y la posibilidad de ulteriores extensiones de las medidas de la TSA, la UPU está buscando una solución internacional coordinada para acometer las medidas de seguridad sin obstaculizar la circulación del correo o el flujo del comercio

### Total entendimiento

El director general Edouard Dayan, afirmó que comprendía perfecta-

mente la necesidad de tomar medidas temporales que incrementen la seguridad de las personas y la integridad de la cadena de suministro del correo. Sin embargo, las medidas permanentes podrían contravenir de alguna manera el tratado de la UPU ya que pondrían en peligro los principios de libertad de tránsito y el servicio universal. «Asuntos de importancia nacional exigen un equilibrio con otras consideraciones, tales como el libre flujo del comercio y del correo».

La UPU está en permanente contacto con la TSA para explicar la especificidad de la red postal. Ambas partes están trabajando conjuntamente para rebajar las medidas destinadas al correo de bajo riesgo en conjunción con el Servicio Postal de Estados Unidos (USPS). Dayan recientemente se reunió con el administrador jefe de la TSA, John Pistole en la sede central de la UPU para debatir los temas que preocupan al sector postal. Los dos acordaron trabajar conjuntamente con más ahínco.

### Impacto en el negocio

«Los Correos están habituados a tener que hacer frente a sobresaltos como el provocado por el volcán islandés que interrumpió el tráfico aéreo y postal el último año», dijo Andreas Tapranzis, presidente del Consejo de Explotación Postal de la UPU. «Pero nos preocupan las medidas de seguridad que podrían minar de manera permanente la capacidad del sector postal para satisfacer las necesidades del cliente y su creciente participación en el mercado de encomiendas y paquetería».

Según la investigación de la UPU, el sector postal está experimentando una tasa de crecimiento de dos dígitos en el mercado de pequeños paquetes y paquetería, gracias al comercio electrónico y a la expansión del comercio. En 2010 los Correos vieron crecer sus volúmenes de paquetes y correo exprés en más de un 15 por ciento en relación con el 2009.

RL

## Uniones restringidas

# Nueva Unión Postal del Mediterráneo



La Unión defenderá los intereses de sus miembros. Foto: flickr.com

Trece Correos de Europa y de la región árabe han creado la diecisieteava unión restringida de la UPU, la Unión Postal del Mediterráneo. Con sede en la capital italiana, Roma, la Unión está compuesta por los Correos de Chipre, Egipto, Eslovenia, Francia, Grecia, Italia, Jordania, Líbano, Malta, Mónaco, Palestina, Siria y Turquía.

Los principales objetivos de la nueva Unión Postal incluyen defen-

der los intereses colectivos de sus miembros, facilitar el intercambio de conocimientos y fortalecer la interoperabilidad de los servicios postales. Desde el punto de vista práctico, el organismo se dedicará a mejorar la calidad del servicio de cartas y paquetes postales y también de los servicios de envíos de remesas.

Según el artículo 8 de la Constitución de la UPU, los países miembros o sus operadores designados

pueden establecer comunidades postales regionales conocidas con el nombre de «uniones restringidas».

### Los dirigentes

La presidencia de la nueva entidad está a cargo de Sherif Battisha, vicepresidente de *Egypt Post*. Stefan Gori, jefe de estrategia de negocio internacional de *Poste Italiane*, es su secretario general. En una entrevista concedida a Post&Parcel, Battisha subrayó que espera que la nueva Unión sea «un catalizador para la innovación y el crecimiento de toda la región». Y añadió, «Como operadores postales, tenemos marcas muy conocidas y fiables, y por tanto deberíamos aprovechar esto más para contribuir al crecimiento de esta región que tiene una población de 500 millones de habitantes y (genera) el 12 por ciento del producto nacional bruto del mundo». **RL**

Abril 2011



El gobierno de Catar ha confirmado que el National Convention Centre de Doha, que se inaugurará próximamente, será la sede del Congreso de la UPU de 2012.

Mayo 2011



Más de 60 países compiten en la 40 edición del Concurso Internacional de Composiciones Epistolares para Jóvenes cuyo plazo de recepción expiró en mayo de 2011. Los resultados serán anunciados el próximo mes de agosto.

Mayo 2011



El Instituto Europeo de Normas de Telecomunicaciones (ETSI) y la UPU han acordado fortalecer su cooperación en las comunicaciones electrónicas seguras y en la interoperabilidad de la identificación por radiofrecuencia.

Mayo 2011



El director general de la UPU, Edouard Dayan se dirigió al 16 Congreso de la Organización Meteorológica Mundial (WMO) poniendo de relieve que «los servicios postales son esenciales para la gente afectada por desastres naturales, que sólo dispone del correo para enviar noticias a sus seres queridos, recibir presentes o dinero».

# Apuntes

## Perfil

### Asuntos jurídicos: en la variedad está el gusto

**Nombre:** Elise Bischoff

**Cargo:** Abogada

**Departamento:** Asuntos jurídicos

**Nacionalidad:** Francesa



Para Elise Bischoff nunca hay dos días iguales en el trabajo. Bischoff ejerce su profesión de abogada en la dirección de asuntos jurídicos de la UPU y le encanta la infinita variedad de temas que su puesto le brinda. «Cada vez más, cualquier asunto tiene un aspecto legal, así que estamos más y más implicados en diferentes temas», afirma. «Trabajamos con cuestiones que van del derecho privado al contractual, del derecho internacional al laboral», continúa. «Probablemente sería difícil encontrar tal variedad en cualquier otro tipo de trabajo», asegura Elise.

Bischoff y sus tres colegas se ocupan de todos los aspectos legales que exige el buen funcionamiento de la Oficina Internacional, desde lo interno hasta lo externo. Proporcionan asesoramiento legal a los órganos de la UPU, negocian contratos con suministradores y asesoran también a los

Correos de los países miembros. En lo que respecta a los empleados, contestan a cuestiones relativas a los derechos del trabajador y el fondo de pensiones de la organización.

Recientemente, Bischoff ha trabajado en temas legales relacionados con el Consejo de Explotación Postal de 2011. También está redactando el proyecto de acuerdo legal que facilitará el intercambio electrónico de datos aduaneros entre los Correos.

Nacida en París, Francia, Bischoff se especializó en legislación europea e internacional durante sus estudios universitarios. Asegura que su ambición ha sido siempre trabajar en una organización internacional. Vino a la UPU hace cuatro años. «Al principio, no conocía nada del sector postal», nos dice, «pero la idea de trabajar para los países miembros me hizo feliz». **RP** Foto: Alexander Plattet

## Calidad de servicio

### Africa Oriental incluida en la gira regional de talleres sobre la calidad de servicio



**El país de las mil colinas fue el anfitrión.** Foto: flickr.com

Participantes de 10 países de habla inglesa de la región de África oriental recibieron información y conocimientos prácticos sobre cómo analizar la calidad de servicio y también mejorar los procesos postales y las relaciones con los clientes, en un taller celebrado en Kigali, Ruanda.

El taller fue el segundo de una serie de cinco, que tienen por objeto apoyar la implementación de las últimas tecnologías para mejorar la calidad de los servicios de cartas, paquetes y correo exprés.

Ignace Gatere, ministro ruandés de tecnología de la información y

comunicaciones, inauguró la reunión, reafirmando el compromiso de su gobierno para mejorar la calidad del servicio: «Continuaremos haciendo todo lo posible para obtener unos servicios postales viables y vibrantes (...) el Correo debe contribuir al desarrollo socioeconómico de nuestro país y así jugar el papel que le corresponde», afirmó.

## Pasar a la acción

Rodah Masaviru, secretario general de la Unión Postal Panafricana dijo que estos talleres ayudan a mejorar la calidad de los servicios postales en su totalidad. Sin embargo, puso de relieve que hay que hacer más esfuerzos: «Los debates por sí mismos no son suficientes, necesitan complementarse con la acción», aseguró. **FM**

## Israel y Palestina alentados a resolver su impasse

El director general de la UPU Edouard Dayan ha animado a Israel y Palestina a encontrar una solución operativa que permita a Palestina intercambiar correo directamente con todos los países miembros de la UPU.

En un informe al Consejo de Explotación Postal (CEP) en mayo de 2011, Dayan afirmó que las conversaciones bilaterales entre Israel y Palestina continuaban a través de un comité técnico conjunto. Las conversaciones, sin embargo, no han tenido un resultado positivo hasta el momento.

«Todo está listo para que se inicien los intercambios», dijo Dayan. «La Oficina Internacional (OI) ha facilitado las conversaciones entre las dos partes desde el Congreso de 2008 en Ginebra. Les hemos alentado a encontrar una solución». El director general de la UPU añadió que tanto él como todo su equipo están firmemente comprometidos a continuar con su papel de facilitadores de manera totalmente imparcial.

El acuerdo operativo gira en torno a cómo los intercambios de correo entre Palestina y el resto del mundo puedan tener lugar a través de Amman, Jordania.

Tanto Israel como Palestina declararon en el Congreso de 2008 en Ginebra que trabajarían conjuntamente para permitir que Palestina intercambie correo con el resto del mundo. Dicha declaración está en línea con lo establecido en una resolución adoptada por el Congreso de Beijing en 1999 (R 115/1999) que confirió a Palestina el estatus de observador en la UPU e incluía el dere-

cho al intercambio directo de correo.

### Apoyo de la UPU

Desde 2008 a 2011, la OI ha estado trabajando para conseguir implementar el marco regulatorio y técnico que permita los intercambios directos de correo en línea con las decisiones de los órganos de la UPU y los reglamentos de la Unión. Entre otros aspectos se desarrolló un programa de cooperación plurianual para proporcionar adiestramiento y un plan de desarrollo postal a Palestina.

La OI también asignó un código al centro de procesamiento de correo internacional de Ramallah para facilitar el intercambio de correo internacional. La UPU informó en tiempo y forma de dicha apertura a sus 191 miembros. A pesar de ello, el correo de salida o llegada a Palestina todavía transita a través de Israel.

La UPU ha autorizado a Palestina a participar en el sistema de gastos terminales. Sin embargo como no hay intercambios, Palestina no recibe ninguna remuneración. También es elegible para recibir ayuda del Fondo para la Mejora de la Calidad de Servicio.

Palestina utiliza la red electrónica de la UPU para controlar el flujo de objetos postales y ha sido admitida como observador en las reuniones de la Cooperativa EMS. El CEP adoptó una resolución en 2009 con objeto de facilitar el intercambio de paquetes entre Palestina y otros países. **RL**

## El CEP aprueba el proyecto y la política

El Consejo de Explotación Postal (CEP) ha aprobado una actualización de la política de gestión del dominio .post el pasado mes de mayo. Dicha actualización incluye la reserva por parte de la UPU de una lista de 317 nombres para el dominio. Según el documento, la reserva tiene por objeto «preservar una serie de espacios con el nombre de .post para desarrollo o mejora de los actuales y futuros productos y servicios postales internacionales».

El CEP también dio luz verde para desarrollar el primer proyecto piloto .post que se centrará en el correo electrónico postal certificado internacional. El programa «e-servicios» de la UPU está actualmente definiendo las necesidades funcionales y las especificaciones técnicas necesarias para después encontrar un proveedor del sistema.

Por otra parte, la UPU e International Post Corporation (IPC) están en conversaciones para explorar una mayor colaboración en asuntos postales. En mayo, respondiendo a una invitación de IPC, el director general de la UPU, Edouard Dayan, presentó .post a los miembros del consejo de administración. En dicha presentación participaron también una serie de directores ejecutivos de importantes Correos.

En diciembre de 2009, la UPU se convirtió en la primera agencia de las Naciones Unidas a la que ICANN, la entidad que gobierna los dominios de Internet, concedió un dominio de primer nivel. **FM**



.....  
Escuela Kadonowaki: Albergue provisional, mayo de 2011. Cuando Yoshinori Shoji nombra a un residente es para entregarle correspondencia.

# El Correo contra viento y marea



Al día siguiente del más potente terremoto jamás registrado en Japón, el Correo sigue cumpliendo su servicio, a pesar de que su infraestructura está destruida y muchos de sus empleados figuran entre las víctimas.

.....  
**Por Julian Ryall  
en la prefectura  
de Miyagi,  
Japón**  
.....

**Fotos:  
Rob Gilhooly**

Con mucho cuidado, Yoshinori Shoji, un cartero de Japan Post, se abre paso entre las pequeñas cajas apiladas hacia el frente del gimnasio de la escuela. Un equipo de voluntarios de equipo de trabajo azul esperan en la tarima donde se encuentran las mantas, las bebidas y los alimentos. Uno de ellos le pasa el micrófono a Shoji y éste empieza a llamar: «Fujinuma. Ueki. Sakurai.» «Aquí», responde una señora que está doblando diarios y los apila con intenciones de reciclarlos. Yumi Sakurai avanza, el cartero se inclina ligeramente, le entrega una tarjeta postal y ella regresa con paso lento hacia las mantas extendidas por el suelo. Es allí donde vive con Takako, su madre de 72 años, desde el terremoto y el tsunami que azotaron el Noreste de Japón, el 11 de marzo pasado.

Sakurai mira la carta que tiene entre sus manos. Se trata de una promoción de un supermercado. «Esto no es nada importante, pero es bueno que podamos recibir el correo, incluso aquí donde vivimos desde que ocurrió la catástrofe», confiesa Sakurai, de 48 años. «Antes, vivíamos cerca del mar, pero nuestra casa fue destruida por el tsunami. Realmente quedamos sorprendidas por la velocidad con que se reanudaron los servicios postales tras el desastre y por cómo el Correo logró localizar a las personas que perdieron sus hogares. Debo confesar que nos reconforta escuchar nuestros nombres. Pero me temo que tendremos que escucharlos muchas más veces porque no sé cuándo podremos volver a nuestras casas», agrega, encogiéndose de hombros. «Por ahora, allá no queda nada». Sakurai es una de los 373 habitantes de la ciudad costera de Ishinomaki, ubicada a unos 80 km al Noreste de la ciudad de Sendai, capital de la prefectura de Miyagi, que perdieron su casa hace ya casi tres meses y que viven desde entonces en las instalaciones de la escuela Kadonowaki.

### **Siempre de pie**

La escuela se salvó de la ola que se levantó del océano Pacífico en la tarde de ese viernes gracias a que fue construida en una colina que domina el centro de la ciudad, pero el agua que corrió a sus pies arrastró todo lo que encontró en su camino. Lo mismo ocurrió a las comunidades instaladas a lo largo de la zona costera de

Tohoku, al Noreste de Japón, donde el Gobierno anunció 15.019 muertos y más de 9.500 desaparecidos. Muchos de ellos vivían en Ishinomaki. Antes del terremoto, la ciudad contaba con 162.822 habitantes, de los cuales 5.468 han muerto o siguen desaparecidos.

Los supervivientes intentan hacer lo que pueden en los centros de evacuación temporarios. Tratan de rehacer sus hogares en miniatura levantando pequeñas paredes de cartón para delimitar el espacio que se les ha asignado, poniendo plantas a modo de puerta de entrada. Los pisos están cubiertos de mantas y las mochilas de los niños perfectamente alineadas en el interior. Afuera, la ropa se seca en los tendederos y los perros – que significan un peligro para los carteros de todo el mundo, incluso en las zonas de desastre – ladran, mientras Shoji realiza su siguiente entrega.

De las paredes de cartón se asoman algunas cabezas cuando Shoji comienza a pronunciar los nombres. Tadao Sasaki duerme profundamente en el suelo de sus escasos metros cuadrados de espacio, mientras Sakurai coloca amablemente una carta a su lado. Deja una carta destinada a Yumiko Sasaki sobre la manta que le pertenece. La anciana que ocupa el espacio contiguo le asegura a Shoji que cuando su amiga regrese le avisará que tiene correo. Lo mira esperanzada, pero es en vano, ya que hoy no hay correspondencia para ella.

### **Lento retorno a la normalidad**

El hecho de que los servicios postales funcionen nuevamente demuestra que las cosas vuelven a la normalidad en Ishinomaki. «Con excepción de las entregas nocturnas, nuestros servicios funcionan casi normalmente», admite Toshiya Fujiwara, Gerente de Planificación de Operaciones en la filial de Ishinomaki del correo japonés. «Tuvimos que reorganizar nuestros servicios de ventanilla, ya que 7 de nuestras 15 oficinas de Correos fueron destruidas por el terremoto y el tsunami. Todavía no hemos podido reconstruirlas o instalarlas en otro lugar».

Confiesa que la tarea es enorme, inclusive para una organización tan amplia y omnipresente en la sociedad japonesa como el Correo.

El Grupo del Correo japonés fue creado el 1º de octubre de 2007, en aplicación de la ley que separó el servicio en cuatro empresas unidas en un holding (Japan Post Network Act). Japan Post Network ofrece los servicios de ventanilla, mientras que Japan Post Service se encarga de la distribución de la correspondencia. Las otras dos empresas son Japan Post Bank y Japan Post Insurance. Las cuatro empresas trabajan juntas. Antes del terremoto, el Grupo contaba con un total de 24.531 oficinas de Correos en todo el país, de las cuales 4.295 eran oficinas bajo contrato.

### **El día siguiente**

La catástrofe de marzo dañó 175 instalaciones postales, de las cuales 97 quedaron totalmente destruidas. Otros

134 establecimientos, entre los que se contaban centros de distribución, oficinas de Correos y hoteles propiedad del Correo no pudieron ser utilizados hasta fines de mayo. Fallecieron o continúan desaparecidos 61 empleados del Grupo. Se dañaron aproximadamente 160 vehículos de cuatro ruedas y 350 motocicletas y se perdieron 500 buzones. «Fuimos golpeados por todos los frentes», explica un portavoz anónimo de la sede del Correo japonés en Tokio. «Nuestro personal de las oficinas de la región de Tohoku había sufrido, pero, al mismo tiempo, era necesario cumplir con nuestro deber primordial. Por lo tanto, debíamos restablecer nuestros servicios cuanto antes».

Los funcionarios postales reaccionaron de una manera verdaderamente impresionante. «Nuestros colaboradores, que ya no tenían dónde vivir y cuyas oficinas habían sido destruidas, trataron de regresar a sus tareas inmediatamente después de la catástrofe», relata el portavoz.

Hoy en día, las oficinas de Correo y los centros de distribución velan por que la correspondencia llegue a los 112 refugios provisionales de la región Noreste de Japón. El correo no distribuible se devuelve al expedidor. En la zona de evacuación, en los alrededores de la central nuclear de Fukushima Dai-Ichi, donde los daños causados por el terremoto y el tsunami provocaron fugas radioactivas se suspendió la distribución. «Aquí, en Tokio, pensamos que nuestros colaboradores de Tohoku estarían desolados, pero siguieron adelante a pesar de haberlo perdido todo. Claro que se puede considerar esta reacción como una virtud japonesa, pero, considerando que la privatización ocurrió hace apenas tres años, es evidente que la mayoría de nuestros empleados vienen de la función pública, cuyo compromiso fundamental es servir al público y creo que ese sentimiento – el de servicio público – es el que los ha animado».

### **El día del desastre**

El relato de Yoichi Kawashima, cartero en Ishinomaki, ilustra perfectamente el compromiso que allí se vio. «En el momento en que ocurrió el terremoto, yo estaba haciendo mi ronda de distribución. Acababa de bajar de mi motocicleta cuando la tierra comenzó a temblar. Había vivido ya muchos temblores leves y uno termina por acostumbrarse a cerrar la caja que hay en la parte trasera del vehículo y nada más. Pero ese temblor era diferente. Su fuerza era tal que movía el manubrio de la motocicleta. Estaba a casi 40 metros de una casa nueva y la veía moverse violentamente a un lado y otro. Pensé que eso duraría sólo algunos minutos y decidí esperar. Pero no terminaba nunca. Las sacudidas continuaban. El ruido que escuchaba era el de la tierra que temblaba a mis pies. Luego, mi motocicleta cayó. Entonces me di cuenta de que no se trataba de un simple temblor».

Kawashima trató de regresar a la oficina de Correos esquivando las tejas que caían de los techos y evitando las partes de la ruta que habían sucumbido a las aguas.



Una mujer sin hogar recibe su correo de manos de Yoshi-nori Shoji; otras personas observan esperando a ser llamadas.

Había decidido tomar la ruta de la costa en lugar de la ruta directa con túnel, pues pensó que era más peligrosa, pero para ello tenía que pasar por las rutas secundarias y evitar así los embotellamientos de las rutas principales. Luego, al aproximarse a la costa, observó el nivel particularmente bajo del río Kitakami. «No puse mucha atención hasta que pasó un automóvil que venía en dirección contraria. El automóvil se detuvo y el conductor me dijo que huyera de allí lo más rápido posible porque estaba llegando un tsunami». Mientras se dirigía hacia el centro de evacuación de emergencia más cercano a su oficina, Kawashima comenzó a ver las primeras grandes olas romper en las calles. Se precipitó hacia un gran edificio donde subió corriendo hasta el quinto piso. De allí podía ver las olas salir del cauce del río e invadir toda la ciudad a su alrededor. Las réplicas se hacían sentir permanentemente. Los edificios fueron destruidos y los automóviles arrastrados por olas sucesivas.

#### El Correo a oscuras

Previendo que el centro de emergencia estaría repleto, Kawashima decidió esperar que las olas se calmaran para intentar regresar a la oficina de Correos. Cuando llegó el agua ya había alcanzado 50 centímetros en el edificio y comenzaba a oscurecer. Además, hacía un frío glacial. En la oficina de Correos encontró a su compa-

ñero Fujiwara y a 70 personas más refugiadas en el segundo piso. Fujiwara, que trabaja en el Correo japonés hace más de 30 años, narra lo que vivió: «Estaba en el segundo piso de la oficina, cuando de pronto todo el edificio comenzó a temblar. Las sacudidas se hacían cada vez más fuertes y duraron más tiempo. Luego se calmaban antes de volver a empezar súbitamente. Todos los cajones se abrieron y el cofre de acero comenzó a moverse. Tratamos de mantener los cajones cerrados pero fue en vano. Se cayó un armario y se rompió una ventana».

Luego de la primera gran sacudida Fujiwara bajó al primer piso para ver si había algún herido y constatar la magnitud de los daños. Hubo una serie de réplicas y comenzó a nevar. Mientras esperaban, uno de sus colegas recibió un mensaje en su teléfono móvil que decía que estaba llegando un tsunami de 10 metros de altura. Como no todos los carteros habían regresado a la oficina, Fujiwara decidió quedarse. «Luego vimos que la ola se dirigía hacia nosotros desde la estación. Nunca pensé que la ola nos alcanzara». El nivel del agua comenzó a aumentar rápidamente y los empleados empezaron a colocar las cartas, las encomiendas y sus efectos personales a salvo en estantes altos. De las 70 personas refugiadas en el edificio, 10 eran clientes. Fujiwara continúa su relato: «Como empezaba a ano-



.....  
**Oficina de Correos, Shizugawa, Minami Sanriku.**



.....  
**Entre los escombros en Higashimatsushima, prefectura de Miyagi.**

checer subimos al segundo piso. No había electricidad, estaba oscuro y hacía frío, y los temblores seguían. Subimos todos a la cafetería y comenzamos a distribuir el escaso equipo de emergencia. Teníamos una docena de mantas, 10 sacos de dormir y algunos cascos. Nadie se acostó. Permanecimos sentados en sillas toda la noche. Creo que nadie durmió».

Fujiwara no pudo hablar con su esposa y sus dos hijas que estaban fuera de peligro en otra ciudad, hasta tres días más tarde. Kawashima pudo reunirse con su familia sólo cuatro días después del terremoto, luego de haber sido rescatado de la oficina en un helicóptero de la fuerza aérea. Regresó a su casa a pie.

Antes de la catástrofe, la oficina de Correos distribuía diariamente cerca de 95.000 envíos en 85.000 hogares y era la sede de 15 oficinas de Correos de las ciudades y los pueblos de los alrededores. La oficina principal resistió, pero el agua destruyó todo el equipamiento eléctrico – computadoras, máquinas de telefax, teléfonos, clasificadoras automáticas-, así como la flota de 30 camiones y 50 motos necesarias para la distribución del correo.

### **Volver a empezar**

«Tuvieron que pasar tres días para que el agua empezara a bajar y sólo después pudimos prepararnos para reiniciar la distribución de la correspondencia», cuenta Hidemi Onodera, Jefe de la oficina. «Fueron necesarios varios días para organizar todo. Empezamos a distribuir nuevamente el correo el 18 de marzo, limitando la entrega a los documentos importantes, los envíos con entrega registrada y los pequeños paquetes». Todo tenía que ser distribuido a pie o en bicicleta y, como los medios de comunicación estaban dañados, se hacía difícil contactar a los miembros del equipo. «La gente deseaba enviar cartas, pues era el único medio de comunicación con el exterior», explica Onodera. «Ya no

había más líneas telefónicas ni electricidad ni computadoras para enviar mensajes, ni red de telefonía móvil, pero las personas querían advertir a su familia y amigos que estaban a salvo». La demanda era tal que se instaló una mesa en la entrada principal para que la gente pudiera preparar su correo.

La correspondencia comenzaba también a circular hacia la ciudad. Tom Hammerlund, de Estados Unidos de América, enseña en Sendai desde hace ocho años. Tras el terremoto, se fue a vivir a Morioka con la familia de su esposa que es japonesa. Su suegra había querido enviar víveres a su familia en Ishinomaki. En condiciones normales, seguramente hubiera utilizado el servicio privado de mensajería, pero esta vez eligió el servicio «Letter Pack» del Correo japonés. Este servicio permite expedir envíos de hasta 4 kg en un sobre especial C4 a cualquier lugar de Japón por 500 yen (6,18 dólares). «Antes del terremoto, me preguntaba si los servicios postales eran necesarios, sobre todo en la era digital», explica Tom Hammerlund. «Pero ahora, sin los servicios de Correos la gente estaría en dificultades. Los demás servicios de mensajería ya no funcionan o funcionan de forma muy limitada».

Una historia similar nos llega de Minami Sanriku, a 80 kilómetros más al Norte de Ishinomaki, donde la casa de Jun Sasaki escapó apenas del tsunami que salió del mar y atravesó el valle. Aunque su pequeña propiedad está ubicada a 3 kilómetros del océano, las aguas se detuvieron a tan solo 100 metros de su portón. Sasaki es jubilado de la Cooperativa agrícola de la prefectura de Miyagi. «Pasamos casi 40 días sin correo. Un día me llamaron para decirme que tenía correspondencia. Después de esa llamada telefónica, comencé a recibir el correo regularmente. Desde entonces todo ha vuelto a la normalidad y recibimos correo todos los días. Antes había dos oficinas de Correos en Minami Sanriku, pero ahora están destruidas por lo que tenemos que ir

a Yokoyama», agrega. «Sabemos que los empleados de Correos han trabajado duro para arreglar todo y garantizar la entrega. Están muy involucrados con su trabajo y lo realizan muy bien a pesar de lo extremadamente difícil de la situación».

### Sin infraestructura

Una casilla de Correos de Shizugawa, un barrio en las afueras de Minami Sanriku, sigue estando a sólo 20 metros de la entrada de la casa de Sasaki, pero la oficina de Correos de la costa está en ruinas. Las cámaras de vigilancia y las luces penden de sus cables. Un aparato de aire acondicionado está a punto de caer y el revestimiento de las paredes está desprendido. La distribuidora de dinero ha desaparecido y las guirnaldas de cables a los que se colgaron algas, hilos de pescar, una mochila infantil y ropa adornan el techo. En el interior del edificio hay muchos escombros, yeso, vidrios rotos, sillas, pedazos de metal retorcido y boyas de pesca. Más allá una pantalla de computadora, un árbol entero de ocho metros de largo con sus raíces, tatamis, piezas irreconocibles de máquinas que podían haber pertenecido a esta oficina de Correos, pero que también podrían haber llegado aquí desde otro lugar de esta ciudad arrasada. En el archivo, documentos y manuales postales descansan aún en sus estantes de metal totalmente deformados. Un paquete de caramelos se encuentra en medio de los escombros. La puerta de una caja fuerte ha sido arrancada. La caja fuerte, llena de barro, está caída sobre un lado mientras que la puerta arrancada se encuentra en el lado opuesta de la pieza.

De regreso a Ishinomaki, Akihiro Nikaido, Director de la oficina de Correos de la ciudad, declara que las operaciones en ventanilla aumentaron un 30% si se comparan con el período anterior al terremoto. «Cuando abrimos la oficina, a las 9 de la mañana, ya hay una larga fila de personas esperando. Lamentablemente, muchas de ellas se dirigen a la ventanilla de seguros para infor-

marse sobre la compensación por la pérdida de su casa, sus bienes y miembros de su familia». Hoy en día es Mazakazu Saijo quien registra sus reclamos. Nikaido me cuenta que Saijo perdió su casa y que, puesto que vivía en un refugio de emergencia con poca agua y sin champú, decidió que sería mejor cortarse el pelo bien corto.

Al fondo de la oficina de Correos, los obreros retiran los estantes estropeados y las paredes están vacías. Todo el material de oficina es nuevo y en una caja las libretas de cuentas de ahorro esperan a ser entregadas. En cuanto se conoció la magnitud de los daños, el Correo tomó medidas de emergencia para que los clientes pudieran retirar sus ahorros sin libreta bancaria ni tarjeta de débito. Hasta el presente, se realizaron aproximadamente 22.000 transacciones.

Nikaido me señala a otro miembro de su equipo y me comenta que él también perdió su casa. A pesar de ello, comenzó a reconstruirla en el mismo lugar. Una de las señoras que atiende la ventanilla trabajaba en una oficina auxiliar que resultó totalmente destruida y por eso fue transferida aquí. Otro joven perdió a sus dos abuelos y sigue utilizando su tiempo libre en buscarlos. A pesar de todos sus problemas, y aunque muchos viven en albergues de emergencia, todos vienen a trabajar con su uniforme gris y anaranjado impecable, sonríen y discuten con los clientes. «La gente viene a nuestra oficina desde todos los rincones del distrito porque saben que aquí podemos hacer todo. Nuestro personal está calificado y bien capacitado. Cuando aquellos que han sido alcanzados por esta tragedia vienen aquí se sorprenden de encontrar a empleados de buen ánimo que siguen cumpliendo con su trabajo».

**Julian Ryall, periodista independiente, y Rob Gilhooly, fotógrafo, residen en Japón. Ambos pasaron dos días en la prefectura de Miyagi para preparar este artículo.**



Dentro de la oficina de Correos de Shizugawa.



Toshiya Fujiwara y 70 empleados y clientes quedaron aislados en la oficina de Correos de Ishinomaki durante el terremoto y el tsunami.

# EMS crece a toda velocidad en Asia-Pacífico

Mientras los Correos de todo el mundo ven con preocupación el declive de los volúmenes que manejan, EMS está cambiando la tendencia, especialmente en una parte del mundo.

Por  
Jane Daly

EMS es más rápido que el correo ordinario, pero lo que le hace diferente de otros servicios postales de entrega urgente es su naturaleza cooperativa a escala mundial. Su red, compuesta por 168 operadores designados de los países miembros de la UPU, cubre 180 países. Los Correos, que ofrecen el servicio de manera voluntaria, son a la vez clientes y proveedores los unos de los otros y de esa forma son interdependientes para lograr el éxito. Además, todos deben apoyarse y compartir una infraestructura sólida y unos enlaces de transportes seguros, confiables y asequibles. EMS entrega tanto documentos como paquetes con un peso que va desde los 0,5 a los 30 kg.

Los últimos datos revelan que las exportaciones globales de EMS sobrepasaron los 51 millones de objetos en 2009, un incremento del 6,4 por ciento sobre los 48 millones de 2008. La mayor parte del tráfico se genera en el mercado de Asia-Pacífico, con el 78 por ciento de los objetos, seguido de Norteamérica con el 11 por ciento y Europa con el seis por ciento.

## Factores de crecimiento

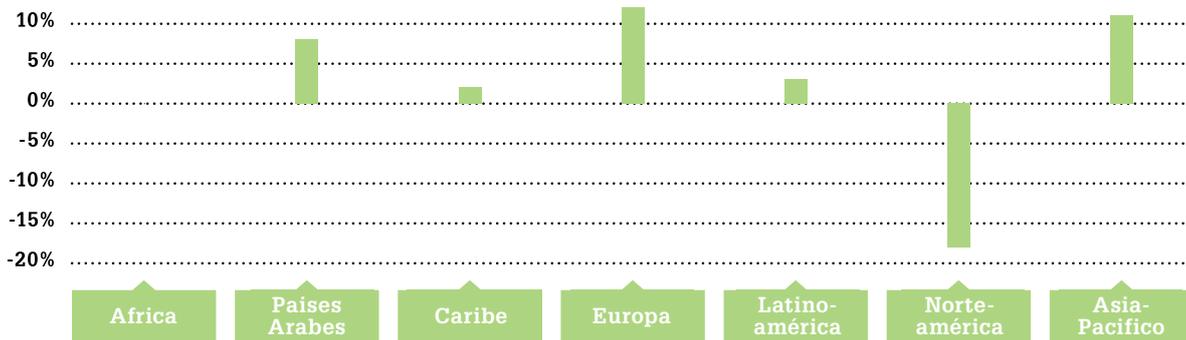
Brian Hutchins, máximo responsable de EMS en la UPU, enumera una serie de factores que han contribuido al crecimiento global de EMS y especialmente al crecimiento en la región de Asia-Pacífico. «A medida que aumentan los usuarios de Internet aumentan también los consumidores del mercado global y en consecuencia

se incrementa la demanda de envíos», explica Hutchins. «El transporte es una parte sustancial del coste de estas transacciones, por esa razón cualquier ahorro que EMS pueda ofrecer en los precios será muy valorado tanto por el consumidor como el vendedor».

Mohd Effendi Muhammad, subdirector general de operaciones internacionales de Malaysia Post, asegura que la atractiva estructura de precios de EMS da respuesta a las demandas del mercado regional y del consumidor que desea rebajas en los costes y presupuestos lo más ajustados posible. «EMS es una solución integral para los usuarios que busquen un servicio de confianza, rápido y con una amplia cobertura de entrega a un precio muy razonable. Las tarifas son competitivas si las comparamos con las del sector privado».

El impresionante tamaño de esta región es otro reto importante. Comprende 56 países, de los cuales tres son industrializados, 19 en desarrollo y 14 menos desarrollados. El mercado cubre un área de 31 millones de kilómetros cuadrados, con una población total de casi 3,8 mil millones de habitantes. Solamente China cuenta con más de mil millones. A medida que crece su economía, más ciudadanos y empresas pueden comprar y/o vender mercancías a otros mercados. Todo esto tiene un fuerte efecto positivo en el incremento de envíos en general y el tráfico de EMS debería seguir esta tendencia.

### Tendencia de las exportaciones por región en el año 2009



**Norteamérica y África sufrieron un descenso; sin embargo el resto de las regiones registraron un incremento del 8 al 12 por ciento.** Fuente: EMS Unit

### Sin fronteras

Un mercado que va más allá de las fronteras físicas, que permite a los consumidores comprar en cualquier parte del mundo requiere una cadena global de suministro. «Los fabricantes buscan los mejores precios y la mano de obra más barata, por lo que muchas empresas se están trasladando a la región Asia-Pacífico» dice Hutchins. «Como resultado, tanto consumidores como empresas solicitan cada vez más productos y componentes de todo tipo que han de ser transportados desde Asia-Pacífico».

Hutchins pone de relieve que la cada vez mayor miniaturización de los productos tiene también un impacto favorable. «Como los componentes son cada vez más pequeños y menos pesados, hacerlos expedir desde cadenas de suministro ubicadas en Asia-Pacífico es una opción cada vez más atractiva para las empresas, en lugar de fabricarlos ellas mismas», continúa.

Muhammad asegura que los factores de crecimiento que influyen en la región son excelentes noticias para los proveedores de EMS. «Según China Market Research Group, el comercio electrónico en China creció el 100 por cien el año pasado, hasta un total de 70 mil millones de USD. Liderado por Taobao, un sitio web muy popular en China similar a eBay o amazon.com, se espera que la industria crezca del 60 al 70 por ciento este año», explica. «Y según Tuan800, un sitio web que investiga la industria china, los emergentes consumido-

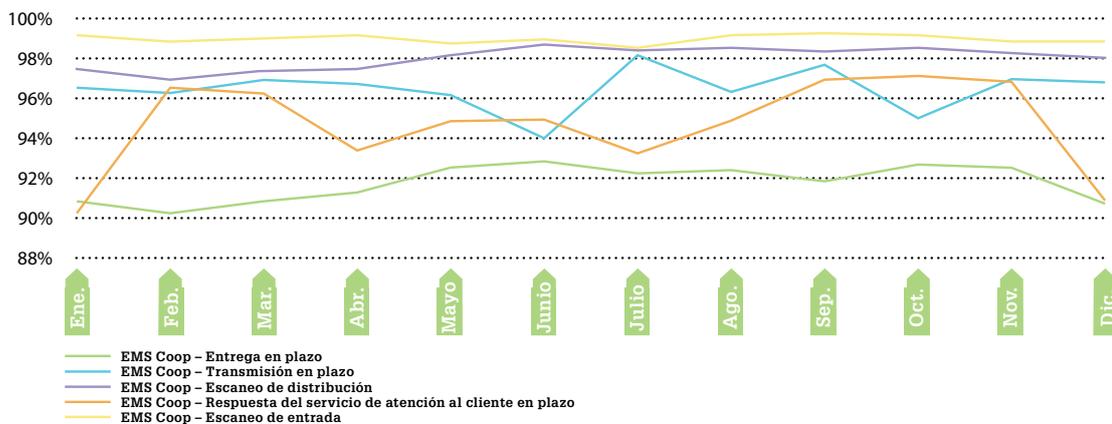
## Resultados que valen su peso en oro

El sistema de la Cooperativa EMS *Pay for Performance* vincula los pagos a la calidad del servicio de entrega. Actualmente participan en el mismo 90 operadores EMS, todos ellos han mejorado sus niveles de actuación desde que se puso en marcha este plan.

Debido también a la publicación de auditorías independientes sobre la actuación de todos los miembros y a la presión de la competitividad entre los mismos, ha habido una regular pero marcada mejora general en la entrega a tiempo que va del 80,5 por ciento al principio de 2004 al 87,9 por ciento en diciembre de 2010.

Además, casi 160 operadores EMS (145 miembros de la Cooperativa) tienen ahora sistemas de seguimiento e intercambio de datos con el resto de los miembros. La calidad de los datos intercambiados ha mejorado también considerablemente durante el mismo periodo. Los miembros de la Cooperativa hicieron obligatorio el intercambio de datos de seguimiento desde 2008.

## Situación de EMS en la región Asia-Pacífico en el año 2010



Fuente: EMS Unit

## Operadores premiados por la buena calidad de servicio

En mayo de 2011, se concedió un número récord de premios EMS recompensando la buena calidad del servicio en 2010. Se entregaron un total de 44 premios, 6 más que en el periodo anterior que fueron 38. Catorceoros fueron para Alemania, Azerbaiyán, Barbados, Corea, Chile, El Salvador, Eslovenia, Gran Bretaña, Hong Kong, Hungría, Japón, Macao, Singapur y Suiza. Los ganadores cumplieron con una serie de criterios estrictos, incluida la entrega en plazo en el 95 por ciento de los casos.

Bielorrusia, Brasil, Canadá, Eslovaquia, España, Estados Unidos, Finlandia, Irlanda, Italia, Kazakstán, Letonia, Lituania, Malasia, Maldivas, Moldavia, Mongolia, Portugal, Senegal, Suecia, Uruguay y Vietnam recibieron la plata. Finalmente, Bélgica, Belice, China, Etiopía, Grecia, Mauricio, Países Bajos, Santa Lucía, y Tailandia consiguieron el bronce.

Otros tres premios especiales por la atención al cliente fueron entregados a Japón, Ucrania y Hungría.

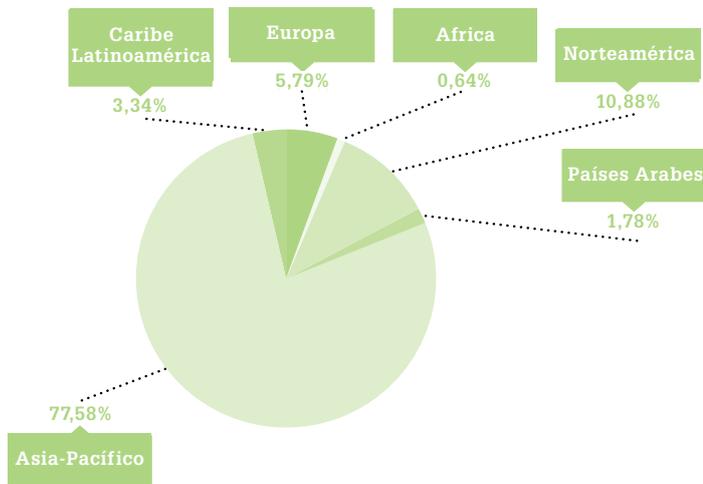
RP

res chinos deberían multiplicar por diez los ingresos del sector, lo que equivale a 3.000 millones de USD.

Tanto en Malasia como en Tailandia, las pequeñas y medianas empresas han contribuido al crecimiento del tráfico de EMS. En Malasia, los volúmenes de entrada han crecido un 8 por ciento y los de salida y 4,5 por ciento en 2010. «La rama courier de Malaysia Post, Pos-Laju, tiene la mayor cuota de mercado del negocio doméstico», afirma Muhammad. Suchada Buddharakusa, vicepresidenta ejecutiva de marketing y desarrollo de negocio, de Thailandia Post contempla similares resultados. «La economía thai obtiene sus mayores recursos del turismo y la exportación. Las pequeñas y medianas empresas de estos sectores son nuestros mejores clientes», continúa Buddharakusa. La confianza del consumidor también juega un importante papel. «Con sus características de fiabilidad, visibilidad – gracias al seguimiento y localización – y precios razonables, EMS de Tailandia se ha convertido en una de las marcas preferidas por los clientes», añade.

Para que Asia-Pacífico mantenga su éxito, es crítica una mejora sostenida. En la industria de mensajería, que experimenta un rápido crecimiento y está dominada por empresas locales e internacionales, los operadores designados tienen una fuerte competencia. En algunos casos también tienen que luchar para superar los problemas de calidad de servicio del pasado. «Cada operador se da cuenta de la importancia de la rapidez y de la fiabilidad del servicio para ganarse la confianza de los usuarios», asegura Muhammad. «La mayoría de los operadores de EMS en Asia cuentan con redes que cubren el territorio tanto en áreas urbanas como rurales. Aun-

## Tráfico de salida por región en el año 2009



**La mayoría del tráfico EMS fue generado en la región de Asia-Pacífico, seguida por Norteamérica.** Fuente: EMS Unit

que las tarifas EMS son muy competitivas comparadas con las de los couriers, tenemos que proporcionar valor añadido, especialmente con la entrega a tiempo, la transmisión puntual de datos, información puntual sobre el encaminamiento y una fiable atención al cliente.»

### Cooperación

La Cooperativa EMS, creada en 1998, es un ejemplo a seguir: promueve la cooperación entre los Correos que ofrecen el servicio, alienta a sus miembros a mejorar sus prestaciones continuamente. Su sistema «Pay for Performance» (remuneración en función de los resultados) sólo permite el pago ante la prueba de entrega al cliente. Esto hace esencial el escaneo del objeto, y el seguimiento e información sobre su estatus.

La Cooperativa también mide las prestaciones de sus miembros utilizando cinco indicadores clave. Los estándares están fijados en el 95 por ciento para la entrega en plazo y en el 98 por ciento para el seguimiento y la distribución; el seguimiento de los envíos de llegada; la transmisión puntual de los datos de seguimiento así como la rapidez y la calidad de la respuesta a la clientela. Los países que cumplan o excedan las normas, basándose en los resultados anuales, son clasificados como bronce, plata u oro (véase caja página 18).

«Los estándares se fijan en base a los mismos indicadores de actuación que sabemos atraen a los clientes de EMS», indica Wendy Eitan, presidenta de la Cooperativa. «Si se cumplen, aseguran la satisfacción del cliente mediante la rapidez, la capacidad de saber donde está un envío en el sistema y el precio, que es más atractivo que el de los servicios de mensajería».

Eitan afirma que es esencial la satisfacción al cliente para asegurar y proteger la cuota de mercado frente a los competidores privados y éste es un factor importante que está tras el éxito de la región. «Los países que generan grandes volúmenes de EMS en Asia-Pacífico han hecho un gran esfuerzo para satisfacer las expectativas de los clientes y están luchando con ahinco para cumplir con los estándares fijados tanto a nivel nacional como internacional», continúa diciendo Eitan.

### Futuras oportunidades

Junto con la unidad EMS de la UPU, la Cooperativa EMS también promueve la innovación en toda la cadena global de suministro de principio a fin. Como señala en el plan de actividades para el periodo 2013 a 2016, se dará una atención especial al seguimiento de principio a fin, a la evaluación de los segmentos de transporte, a la transmisión electrónica de información de aduanas, a los nuevos servicios de comercio electrónico – servicio de devolución, servicio de contra-reembolso- y mejor servicio de respuesta a la clientela.

«Ya no es posible mirar en una sola dirección», concluye Hutchins. «Los clientes quieren centrarse en su negocio y que otro se ocupe del transporte, de los pagos, devoluciones o las transferencias de dinero entre los Correos. Eso es lo que hacemos mejor. Nuestros países miembros pueden ser los innovadores, haciendo de EMS el buque insignia que una a los clientes de todo el mundo y satisfaga sus demandas de rapidez, fiabilidad, innovación y credibilidad».

**James Daly es especialista en comunicaciones con base en Canadá.**

# Cuatro dígitos que mejoran el tratamiento del correo

Afganistán ha lanzado un nuevo sistema de códigos postales en sus 34 provincias. Los servicios electrónicos postales también están en alza. El presidente del Correo, Mohammad Yasin Rahmaty, nos da más detalles sobre estos temas.

.....  
**Por**  
**Faryal Mirza**  
.....  
**Fotos: Kamran**  
**Jebreili/AP**

El Correo de Afganistán ha lanzado nuevos códigos postales en marzo de 2011. ¿Por qué fue necesario?

**Mohammad Yasin Rahmaty:** Antes de tener los códigos postales era muy difícil para los carteros encontrar las direcciones y entregar los envíos en el lugar correcto. Debido a la emigración del campo a las ciudades hemos tenido que rediseñar tanto nuestra red postal como los procesos. Los códigos postales facilitan el tratamiento y la entrega del correo a los clientes. Con la ayuda técnica de la UPU diseñamos e implementamos nuevos códigos postales, que comprenden cuatro dígitos y cubren las oficinas de distribución de todo el país.

¿Cómo han reaccionado los clientes y usuarios ante esta novedad?

Las cosas han ido bien. Hemos pedido a los empleados que están cara al público que enseñen a los clientes dónde escribir el código postal en el sobre. Desde el lanzamiento de los códigos hemos hecho un seguimiento de todos los objetos depositados en las oficinas provinciales y recibidos en la oficina central de Kabul. Cerca del 90 por ciento del correo doméstico incluye ahora el nuevo código postal en el sobre. También hemos visto los códigos en el correo internacional.

¿Cómo aborda el personal postal el tratamiento del correo con los nuevos códigos?

Están satisfechos. Les hemos entrenado antes del lanzamiento e instalado los datos más relevantes en los ordenadores. También nos pusimos





Escena de una calle de Pashtunistan, Kabul, abril 2011.

en contacto telefónico con las principales oficinas y les hemos escrito, explicando cómo introducir el código postal.

Además, hemos creado un nuevo departamento para hacer un seguimiento de estas actividades. La unidad se compone de empleados entrenados para introducir el código postal en las provincias y distritos. Tres personas están en la oficina central de Kabul y hay también otra desplazada en cada una de las más importantes provincias, en total seis.

¿Cuáles son los retos que tienen por delante?

Ni las calles ni las casas tienen número en Afganistán. Esto es todo un reto a la hora de implementar los códigos postales más allá de la

oficina de entrega. Tenemos que ampliar los códigos a los pueblos y a más distritos que aún no han sido incluidos en el sistema si queremos satisfacer las necesidades de la clientela. Necesitamos los números de calles y de las casas para poder entregar correctamente los envíos.

Tenemos planes para introducir dichos números de casas y calles en el país en los próximos tres años. Una vez hecho esto, revisaremos y mejoraremos los códigos, pero el primer paso ya ha sido dado. Las mejoras vendrán a continuación.

¿Cuáles son las principales características del mercado afgano?

Nuestro mayor cliente es el gobierno que representa alrededor del 85 por ciento de nuestra clientela. Las empresas cuentan con un cinco

por ciento, y los particulares no constituyen más que una mínima parte del mercado. Los servicios más populares son las cartas tradicionales, los pequeños paquetes y el servicio exprés o EMS, así como nuestros servicios electrónicos proporcionados desde los telekioskos.

Ofrecemos nuestros servicios principalmente al gobierno y a las empresas. Debido al avance de las telecomunicaciones, la mayoría de la gente en Afganistán utiliza los teléfonos móviles y otras herramientas, como el correo electrónico, para comunicarse.

¿Quién utiliza los telekioskos?

Los que no tienen acceso a internet en casa. Vienen a la oficina de correos para chequear su correo y enviar sus emails. También utilizan

nuestros servicios electrónicos denominados «e-Post» que proporcionan transferencias de dinero y pago de salarios, entre otros servicios, en 11 capitales de provincia. También facilitamos el aprendizaje de estudiantes con el manejo de los ordenadores. Los telekioskos se encuentran fundamentalmente en Kabul pero hay nueve en otras tantas oficinas postales de ciudades, una por cada ciudad. Nuestro plan es incrementar su número en las provincias también.

¿Cuáles son los servicios electrónicos más populares?

El correo híbrido, introducido recientemente, es popular porque a veces es difícil enviar un correo físico desde algunas provincias, debido a cuestiones de seguridad. Hay tres provincias que proporcionan correo híbrido con tráfico desde y hacia Kabul. En 11 provincias existen las instalaciones necesarias para enviar y recibir dicho correo. El año próximo serán 18 en total. Recientemente hemos cerrado un acuerdo con una compañía afgana de telecomunicaciones para proporcionar servicios de internet a las oficinas de correos de esas 18 provincias.

¿Cómo funciona el correo híbrido en Afganistán?

Depende del cliente. Si puede escribir un email, pueden utilizar el telekiosko para hacerlo y pagar por el servicio en el mostrador. El email se imprime y será entregado por un cartero. Si el cliente no sabe escribir un correo electrónico un empleado le ayudará, o lo hará por él, y se asegurará de su envío al destinatario.

¿En qué áreas espera *Afganistan Post* mejorar?

Tenemos que responder mejor a las demandas de la clientela. Para ello, necesitamos más cooperación y asistencia técnica de la UPU con objeto de mejorar nuestros servicios y ocupar el lugar que nos corresponde en el mercado.

Hemos redactado un borrador de un nuevo plan de desarrollo postal, cuyo principal objetivo es mejorar la calidad de servicio. La expansión de nuestra gama de productos es otra de nuestras metas, así como la introducción de nuevos servicios para satisfacer la demanda del mercado, incluidos otros servicios electrónicos.

También queremos mejorar el seguimiento y localización de los envíos EMS. Nuestro Correo ofrece los servicios EMS en todas las provincias pero el seguimiento y localización no siempre se logra debido a la ausencia de internet.

# El Correo afgano en cifras

**Afganistan Post**

- 464 oficinas de correos en 34 provincias
- 34 ciudades y 381 distritos o zonas de entrega
- 10.000 apartados de correos
- 925 funcionarios y 585 contratados
- La actividad esencial consiste en recibir y entregar cartas y paquetes
- La población de Afganistán es de unos 28 millones, de los cuales cuatro millones habitan en Kabul, la capital.

**Elementos del nuevo código postal**

- Cuatro dígitos
- Los primeros dos dígitos indican la provincia y van del 10 al 43
- Los dos últimos dígitos indican la zona de distribución de la ciudad y del distrito
- Los números de las zonas de distribución urbana van del 01 al 50
- Los números de las zonas de distribución de los distritos van del 51 al 99



**Amanollah, empleado del Correo, ayuda a un cliente a recoger el correo de su apartado postal en la oficina principal de Kabul.**

**Afizeh, clasifica el correo de salida.**



# Sellos para no olvidar el SIDA

Este año, casi 3 millones de ejemplares de sellos de Correos circulan dentro y fuera de fronteras para no olvidar los 30 años del SIDA ni la importancia de seguir previniendo nuevas infecciones del VIH

Por  
Rhéal LeBlanc

Unos 20 Correos de todo el mundo se han unido a la iniciativa de emitir sellos de Correos y otros productos filatélicos para recordar este año clave. Participan los Correos de: Belarús, Brasil, Burkina Faso, Camerún, Croacia (Mostar), Eslovaquia, Fiji, Irak, Irán, Kazajstán, Luxemburgo, Nueva Caledonia, Malawi, Moldova, Paquistán, Rumania, Rusia, Serbia, Turquía, Ucrania y Uruguay. La administración postal de Naciones Unidas (APNU) también emitió tres sellos de Correos que se venderán en sus oficinas de Nueva York, Ginebra y Viena.

«Los sellos – excelentes obras de arte en miniatura – son nobles embajadores encargados de llevar a manos de todos los destinatarios de correo importantes mensajes», expresó Edouard Dayan, Director General de la UPU. «La UPU está orgullosa de que tantos Correos hayan respondido a nuestra iniciativa para difundir temas cruciales como el VIH. Esta actividad demuestra una vez más el importante valor de la red postal mundial».

Desde que empezó la epidemia, hay 60 millones de personas infectadas con el VIH y cerca de 30 millones han muerto por causas relacionadas con el SIDA.

Los sellos han sido diseñados, en su mayoría, por los propios Correos. Otros han sido el producto de mecanismos diferentes. En el caso de Ukrposhta, el operador designado de Ucrania, se realizó un concurso nacional invitando a artistas a diseñar un sello de Correos sobre el 30° aniversario del SIDA. El sello ganador se pondrá en circulación en ocasión del Día Mundial del SIDA el 1° de diciembre de 2011. Algunos sellos fueron emitidos en junio, para coincidir con la Reunión de Alto Nivel sobre el SIDA que tuvo lugar en la sede de las Naciones Unidas en Nueva York, del 8 al 10 de junio pasado. La reunión sirvió para que los Estados miembros y demás socios evaluaran los avances y definieran el rumbo futuro de la respuesta mundial al SIDA.

«Emitir sellos de Correos es una excelente e importante iniciativa para lograr que todo el mundo hable del SIDA», sostiene Michel Sidibé, Director Ejecutivo del Programa Conjunto de las Naciones Unidas sobre el VIH/SIDA (ONUSIDA). «Uno de los mayores obstáculos en la lucha contra el SIDA es la estigmatización y la discriminación que rodean la enfermedad. Al iniciar el diálogo en torno al VIH, estos pequeños sellos desempeñarán un importante papel para ayudar a romper algunas de esas barreras».



En junio, la oficina de Correos de la APNU que se encuentra en la sede de las Naciones Unidas en Nueva York exhibirá una muestra -preparada por la UPU- de los sellos sobre el SIDA.

### Campaña mundial

La actividad filatélica es un elemento de la campaña mundial contra el VIH iniciada en 2009 por la Unión Postal Universal, el ONUSIDA, la Organización Mundial del Trabajo y UNI Global. La campaña utiliza la red postal mundial para llamar la atención sobre la importancia de prevenir el contagio.

Más de 23.000 oficinas de Correo de todo el mundo participaron en la campaña con carteles, tarjetas postales, actos públicos y hasta un sitio Internet ([www.unaids.org/preventHIV](http://www.unaids.org/preventHIV)) con el fin de informar a la población sobre el SIDA. La campaña logró llegar a millones de personas. Sólo en Camerún, el Correo estima que sus soportes de comunicación han sido vistos a diario por 36.000 personas.



 Sistema mundial de numeración  
[www.wnsstamps.ch](http://www.wnsstamps.ch)

 Diaporama:  
Sellos sobre el SIDA a través de los años  
[www.upu.int/en/aids\\_stamps](http://www.upu.int/en/aids_stamps)



# Con los ojos puestos en el Correo

.....

Amina Moussa Wais es empleada de ventanilla desde hace tres años en la oficina de Correos más concurrida de Djibouti



Amina Moussa Wais toma el ómnibus para ir al trabajo porque está muy lejos para ir a pie. Durante el trayecto, no quitará los ojos de la novela policial, su género preferido. «Leer esas novelas es mi pasatiempo», confiesa.

A sus 27 años, Amina vive con sus padres. Para ella, la oficina de Correos es el lugar por excelencia de encuentro con la gente. Es por ello que se presentó para el puesto de atención en ventanilla. Tres años más tarde, en la oficina más importante de Djibouti, está muy ocupada. Trabaja seis días por semana y atiende alrededor de cien personas por día. Clasifica a sus clientes por nacionalidades – los de su país y los extranjeros – aunque, dado su pasatiempo, no puede decirse si ha aprendido a distinguir al «asesino».

Amina gana 370 euros (523 dólares) por mes, en un país donde el PIB por habitante es de 3.200 euros (4.525 dólares) anuales. Trabaja 36 horas semanales y no tiene vacaciones remuneradas. Las edades de sus clientes son muy variadas: desde muy jóvenes a ancianos. Brinda toda clase de servicios postales, incluso transferencias de dinero locales e internacionales.

«No obstante, el servicio utilizado más comúnmente, tanto por

particulares como por empresas, sigue siendo el franqueo de cartas y encomiendas», reconoce.

Además del servicio de envíos ordinarios y urgentes los clientes pueden comprar tarjetas para recargar sus teléfonos móviles y pagar sus facturas de electricidad.



## Cifras y datos

### Djibouti

|                                  |  |
|----------------------------------|--|
| Idioma oficial:                  | Arabe y francés  |
| Población:                       | 870.000 habitantes   |
| Superficie:                      | 23.000 km <sup>2</sup>   |
| PIB per cápita:                  | USD 4.525  |
| Moneda:                          | Franco de Djibouti   |
| Principales industrias:          | exportación de café, sal, cueros, porotos (frijoles) secos, cereales, otros productos agrícolas y cera |
| Principales servicios postales:  | servicio de correo urgente y comercial, filatelia, correo ordinario                                    |
| Cantidad de oficinas de Correos: | 10   |

.....

Por  
**Faryal Mirza**  
y  
**Djibouti Post**

.....

Foto:  
**Djibouti Post**

# Flash infos

**Alemania**

**Deutsche Post DHL** comunicó un 6,9% de aumento de sus ingresos, es decir, EUR 12.800 millones (USD 18.200 millones) en el primer trimestre de 2011. La empresa informó de un fuerte crecimiento en DHL e ingresos estables para el Correo, gracias al «dinámico» sector de encomiendas. El grupo reveló un aumento del 27% de las ganancias netas con respecto al mismo período del año pasado, es decir, EUR 325 millones. La empresa espera que la recuperación económica y el aumento del transporte marítimo internacional, en especial en los mercados asiáticos, contribuya a su crecimiento futuro. **RP**

**Botswana**

**Botswana Post** ha abierto un nuevo centro de intercambio de correo internacional. El centro, cuya construcción costó USD 7.200 millones, utiliza tecnología de punta para procesar el correo interno y el correo internacional. Puede tratar hasta 36.000 cartas por hora. **JD**

**Brasil**

**Correios de Brasil** ha creado un servicio postal Braille para sus clientes no videntes. La correspondencia dirigida o enviada por una de las 150.000 personas ciegas que viven en Brasil es remitida a un centro de procesamiento en Belo Horizonte, donde se pasa lo escrito al sistema Braille o viceversa. El objetivo es permitir a las personas ciegas comunicarse más fácilmente con los proveedores de servicios y las autoridades públicas. **JD**

**Canadá**

Con la ayuda de **Canada Post**, la policía ha incautado más de 40.000 sellos de Correos falsifi-

cados y 10.000 reutilizados por pequeños comercios de Montreal y Toronto. El Correo de Canadá reconoció que esta actividad ilegal representó una pérdida de ingresos del orden de CAD 2.600 millones (USD 2.700 millones). Cinco personas fueron arrestadas y tres fueron acusadas de falsificación. Los acusados podrían ser penados con multas de hasta un millón de CAD o con cinco años de prisión. **RP**

**Estados Unidos de América**

**United States Postal Services** tendrá que realizar recortes en sus servicios para ahorrar USD 750 millones anuales. Esto incluye cerrar siete oficinas de distrito y ofrecer retiros voluntarios a los empleados con más de 25 años de servicio. El Director General, Patrick Donahoe, dijo que una «estructura burocrática más liviana y menos numerosa» seguirá satisfaciendo las necesidades de los empleados, clientes y empresas. **RP**

**Estonia**

**Eesti Post** ha informado que la cantidad de pedidos recibidos por su servicio de facturación electrónica se triplicó el año pasado, en gran parte gracias a las nuevas funciones dirigidas al sector público. El servicio, inaugurado en 2009, permite que las facturas sean enviadas por correo electrónico en formato PDF. **RP**

**Francia**

Como parte de los esfuerzos para reducir las emisiones de carbono, **La Poste** está programando un servicio ecológico de envíos de correspondencia destinado a los clientes particulares y de negocios. Desde el 1 de octubre de 2011 los envíos serán transportados por tren y

entregados dos días después de su depósito. Otro nuevo servicio es la carta en línea, preparada por el remitente conectado y luego impresa por el Correo para ser entregada al día siguiente. Los remitentes podrán preparar sus cartas desde cualquier lugar del mundo hasta las 19:00 h (hora local) para ser entregadas al día siguiente en una dirección en Francia. **JD**

**Gran Bretaña**

La Comisión Europea (CE) ha autorizado una partida de GBP 180 millones como ayuda del gobierno británico a **Royal Mail**. El subsidio servirá para que las oficinas de Correos rurales no rentables permanezcan abiertas, según un comunicado de prensa de la CE. También se aprobaron 1.150 millones de libras por concepto de «capital de trabajo» lo que permitirá al Correo tener efectivo suficiente para continuar con sus servicios. La CE manifestó que el subsidio servirá para que el Correo «siga desempeñando su importante función social y económica sin distorsionar la competencia». **RP**

**Suiza**

**Swiss Post** ha obtenido ganancias por CHF 910 millones (USD 1.030 millones) en 2010, lo que representa un 25% de aumento con respecto a 2009. La empresa sostiene que el 61% de este aumento se debe al crecimiento de PostFinance, su sector de servicios financieros. En los demás sectores la mayor eficiencia y el crecimiento del volumen de las encomiendas, producto de la recuperación económica compensaron la disminución del volumen de envíos, aunque las oficinas de Correos y el sector ventas continuaron operando con pérdidas. **RP**

## PHILANIPPON une al mundo

**Por Toshihide Suzuki, Japan Post**

Japan Post será sede de PHILANIPPON 2011, la exposición filatélica mundial, en Yokohama, Japón, desde el 28 de julio al 2 de agosto de este año, junto con la Federación Filatélica de Japón y la Fundación «Sociedad Filatélica de Japón».

La exposición promoverá la difusión de la filatelia, en especial entre los niños, a tra-

vés del tema «Los sellos de Correos unen al mundo». Los visitantes podrán disfrutar de diferentes eventos y talleres prácticos, así como de las muestras internacionales y las colecciones atesoradas por algunos de los coleccionistas más importantes del mundo. También está prevista una exposición de animación y sellos temáticos del mundo entero sobre la serie animada Manga.

Los visitantes también podrán ver y comprar sellos únicos emitidos en Japón y otros países en los puestos de venta de cada uno de los 50 operadores postales. Se espera la participación de unos 60 comerciantes filatélicos de todo el mundo.





**Designing and  
creating your  
project,  
that's my job.**

Gilles MOUSSION  
Business Development Manager

C O N S U L T | **D E S I G N** | I M P L E M E N T | S U P P O R T | A D D V A L U E

Every project is unique. That is why we always offer a customized solution around the latest technology. Our teams use demanding computer simulations for the proposals they design and we rely on the latest generation of simulation tools to test and validate different scenarios.

We are here for you and for each stage in the life of your process, SOLYSTIC offers solutions tailored to your requirements.

Design the solutions of tomorrow with SOLYSTIC.

[www.solystic.com](http://www.solystic.com)



Future postal solutions