

Impulsando el sector postal desde 1875

DICIEMBRE DE 2012

Nº 4

UNION POSTALE



Unión Postal Universal,
organismo especializado
de las Naciones Unidas

.....
Entrevistas con
la nueva dirección

Encomiendas:
la revolución IBIS

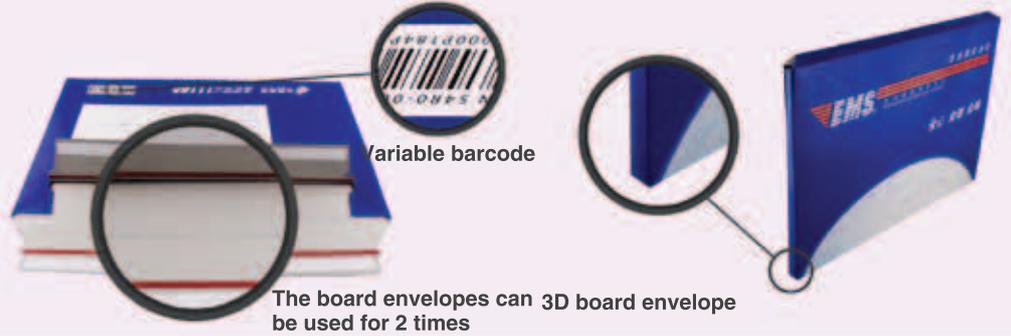


ISSN 0041-7009

Preparados
para
el futuro

ESTRATEGIA POSTAL DE DOHA
POSTER EN EL INTERIOR

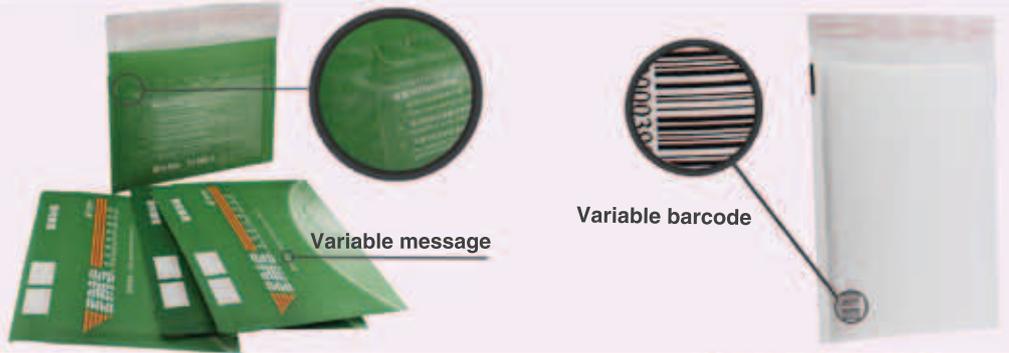
Board Envelope Series



Poly Mailer Series



Bubble Mailer Series



Plastic Seal Series



Packing List Envelope Series



Our other products: Waybill with barcode , Adhesive stickers , Packing tapes , Packaging belts , Bills and so on

Índice

Tema de cubierta

Pautas para un nuevo ciclo

Resumen de las decisiones clave del Congreso de Doha

8

Reportajes

Los órganos de la UPU estrenan nuevo «look»

El Consejo de Explotación Postal y el Consejo de Administración se reestructuran

14

Los ministros apoyan los servicios postales

Fructíferos debates sobre el futuro del sector en la Conferencia Ministerial de Doha

16

En la buena dirección

La Declaración muestra que el tema de las direcciones está aún en la agenda

19

El hombre, el mito y los sellos

Por qué dos sellos de Mauritania son los más deseados del mundo

26

IBIS detecta rápidamente una encomienda

Un sistema en línea que simplifica la localización de las encomiendas

29

Le entrevista

En buenas manos

Bishar Hussein, nuevo Director General, apuesta por un enfoque pragmático

20

Cinco minutos

Un rostro familiar en un nuevo puesto

Pascal Clivaz en su nuevo papel como Vicedirector General de la UPU

24

Secciones

Apuntes

4

El foco del editor

5

Panorama del mercado

30



Cubierta:

gettyimages.com

(Tsim Sha Tsui, Hong Kong)

Diciembre 2012

Jefe del Programa Comunicación: Rhéal LeBlanc (RL)

Jefe de redacción: Faryal Mirza (FM)

Colaboradores: Jérôme Deutschmann (JD), Jenifer Fenton (JF), Christina Maria Paschyn (CMP), Ruby Pratka (RP), Kayla Redstone (KR), Julian Ryall (JR)

Traducción: Rosa Cifuentes, Rosario Silva

Corrección de pruebas: Rosa Cifuentes

Fotógrafos: Nawras Alfawal

Diseño: Die Gestalter, St. Gallen (Suiza)

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

Apoyo administrativo: Gisèle Coron

Suscripciones: publications@upu.int

Publicidad: faryal.mirza@upu.int

Union Postale es la revista bandera de la Unión Postal Universal desde 1875. Esta publicación policroma se publica cada trimestre en siete lenguas, 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 192 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.

La UPU no se hace responsable de los productos y servicios promovidos por la publicidad de terceros y no garantiza la veracidad de las respuestas de estos últimos.

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



Dos momentos del Congreso de Doha
(Fotos: Nawras Alfawal).

Video archivos del Congreso



Desde el 7 al 11 de octubre de 2012, la Web de las NU filmó y transmitió las sesiones del Congreso. Para acceder al archivo visite: <http://webtv.un.org/meetings-events/conferencessummits/25th-universal-postal-congress-7-11-october-2012-doha-qatar/>

Franquicia postal

Revisión y ampliación de los envíos para ciegos

Las personas ciegas o con discapacidad visual de todo el mundo disponen ahora de normas adaptadas o modernas para enviar y recibir material del extranjero tras la aprobación por el Congreso de Doha de la extensión de la exoneración de las tasas postales aplicadas a los envíos para ciegos a una amplia gama de envíos. La definición de personas y organizaciones que pueden efectuar envíos para ciegos a nivel internacional también ha sido ampliada. Según las nuevas disposiciones, todos los envíos para ciegos enviados a o por una organización para ciegos o enviados a o por una persona ciega estarán exonerados de las tasas postales.

El nuevo concepto de «envíos para ciegos» abarca la correspondencia,

las publicaciones cualquiera sea su formato (incluido el audio) y los equipos o materiales producidos o adaptados para ayudar a las personas ciegas. «Esta nueva redacción de las disposiciones relativas a los envíos para los ciegos contenidas en el Convenio Postal Universal tendrá un fuerte impacto en la inclusión electrónica de los ciegos en la sociedad actual», asegura Dan Pescod, Vicepresidente de la Unión Mundial de Ciegos.

Hoy en día, las personas ciegas o con baja visión, cuyo número se estima en unos 285 millones en todo el mundo, utilizan nuevos soportes de información y herramientas modernas de comunicación. En lugar de un libro en braille, incómodo y pesado,

los ciegos a menudo solicitan un CD liviano, formateado especialmente para ellos.

Generalmente, los comercios especializados, así como las bibliotecas y las librerías se encuentran apartados del domicilio de los ciegos, mientras que el Correo es el único servicio que llega a todos los rincones. «La cantidad de países que votaron a favor de estos cambios en el Congreso de Doha reafirma su compromiso con la Convención de Naciones Unidas sobre los derechos de las personas con discapacidad», concluyó Dan Pescod. ▀

El foco del editor

Cuando miro hacia atrás, a lo que fue mi primera experiencia de trabajo en un Congreso, me vienen a la mente una serie de imágenes. Además del fuerte azul y los diseños geométricos que ilustraron el marco del evento, veo a los expertos postales poblando las salas gigantescas y los pasillos de mármol entablado intensos debates para diseñar lo que será el futuro de la UPU. Todo ello bajo el lema del Congreso: Un nuevo mundo, una nueva estrategia.

Durante esas tres semanas en Doha, se forjó una nueva estrategia para un sector en constante evolución. Volví de Doha con un agudo sentido de lo que mueve nuestra industria, de lo que hace a nuestros colegas de los 192 países miembros pasar noches sin dormir y de lo que les emociona del trabajo de la Unión.

Este ejemplar de *Union Postale* está especialmente dedicado a todos aquellos que no han podido asistir al

Congreso, es nuestro número recuerdo sobre los aspectos más destacados del mismo. Está claro que es casi imposible reflejar todo lo que sucedió en Doha, hacer una selección no es cosa fácil, pero yo espero que puedan tener una visión – y para los que estuvieron allí, un recordatorio – de las principales decisiones y temas clave del Congreso.

Union Postale no mira sólo atrás sino también hacia adelante, hacia una nueva etapa. A partir de 2013, la UPU tendrá una nueva estrategia pero también una nueva dirección. A través de sendas entrevistas al recién elegido director general, Bishar Hussein, y al también recién elegido vicedirector general, Pascal Clivaz, los lectores podrán conocer cómo perciben ambos sus nuevas funciones.

FARIAL MIRZA, JEFE DE REDACCIÓN

Inclusión financiera

Los Correos deben explotar todo su potencial

El 25 Congreso adoptó una resolución que urge a los Países miembros a continuar desarrollando los servicios financieros postales, reconociendo además su contribución al Objetivo del Desarrollo del Milenio fijado por las Naciones Unidas para reducir la pobreza.

Con el declive de los volúmenes de envíos de correspondencia, los servicios financieros están ganando terreno debido a la necesidad de diversificar su negocio por parte de los Correos y además ofrecen nuevas oportunidades de crecimiento para los servicios postales. Según las estadísticas de la UPU, los servicios financieros postales contabilizaron casi el 12 por ciento de los 304 billones de dólares USA que constituyen los ingresos postales globales. En países como China, India, Gabón, Túnez, Bangladesh, Italia, Azerbaiyán, Bielorrusia y Burundi, estos servicios contribuyen con más del 50 por ciento al total de los ingresos de los Correos.

pesar de contar con la red más capitalizada del mundo. Esta es la conclusión a la que llega un estudio de la UPU presentado en el Congreso de Doha. Según el Fondo Monetario Internacional hay 523.000 sucursales bancarias y cajeros automáticos en todo el mundo. Los Correos y sus filiales financieras, con sus 660.000 puntos de contacto a nivel global, están sólo por detrás de los bancos en cuanto a potencial para contribuir a la inclusión financiera.

Un número estimado en mil millones de personas accede actualmente a los servicios bancarios a través de la red postal. 51 operadores postales de todo el mundo contaban con 1,6 miles de millones de cuentas corrientes y de ahorro en 2010. «La red postal ofrece un enorme potencial para fomentar la inclusión financiera», afirma Alexandre Berthaud, uno de los autores del estudio. «Si solamente 51 Correos que ofrecen cuentas de

ahorro proporcionan servicio bancario a mil millones de personas, los operadores postales de otros países – especialmente de los más poblados como Nigeria, Rusia, México, Etiopía y Colombia – podrían fácilmente abrir las puertas a la inclusión – directamente o bien a través de la asociación con bancos – de al menos 500 millones de personas que hoy están todavía sin servicios bancarios».

Los datos nos proporcionan una visión global de la inclusión financiera. El estudio identifica cinco categorías principales de modelos de negocio utilizados por los Correos para los servicios financieros, así como los principales factores a tener en cuenta a la hora de proporcionar dichos servicios de base u otros más sofisticados. El informe también detalla la metodología que puede ayudar a los operadores postales a poner en marcha, de manera progresiva, los servicios financieros. **RL.**

Nuevo estudio

El correo está infrautilizado en lo que respecta a la inclusión financiera a



Inclusión financiera en la UPU:

<http://www.upu.int/en/activities/financial-inclusion/>

Apuntes

Perfil

Buen ojo para los detalles

Nombre: Alexandre Plattet
Dirección: Logística
Cargo: Asistente, Servicio de dactilografía francesa
Nacionalidad: Suiza



Alexandre Plattet no está habituado a estar bajo los focos, él prefiere estar detrás de la cámara. Además de sus responsabilidades en el Servicio de dactilografía francesa, Alexandre también se encarga de fotografiar los eventos que celebra la Oficina Internacional (OI). «Hago los retratos de colegas y las fotos de las firmas de acuerdos, etc.» declara humildemente nuestro fotógrafo.

Titular de una diplomatura en estudios comerciales, se integró en el

servicio de dactilografía francesa en 1999. Su tarea consiste en dactilografiar y formatear textos franceses, también colabora en la creación de modelos de documentos en una base de datos multilingüe. «Gestiono el contenido de la base de datos que nos permite poner los documentos de la UPU en la web en todas las lenguas oficiales», añade.

Su lengua materna es el francés, pero Alexandre también domina el inglés. «Mi cuñado es canadiense y parte de la familia de mi madre es sueca, así que tengo oportunidades para hablar en inglés».

Fotografiar la naturaleza es su pasión. «Me siento muy bien en medio de la naturaleza. Me gusta contemplar su belleza. Cuando era más joven dibujaba, pero para ello se necesita mucho tiempo, mientras que con la fotografía tienes un resultado inmediato... captas el momento, el instante único en el tiempo; ciertamente será imposible volver a captar esa escena, con esa luz y a esa hora», afirma.

Sus fotos han estado expuestas en la OI en Berna, en galerías de Montreux, Friburgo y Ginebra, así

como en Nueva York en la Galería Agora.

Alexandre ha estado en Grecia, Argelia, Islandia y las Rocosas canadienses. «Amo el desierto de Argelia y los glaciares islandeses. En mi próximo viaje me gustaría ir a Chile. Allí tienes el desierto de Atacama en el norte y los glaciares en el sur. Arena y hielo... los dos extremos se juntan».

Antes de centrarse en la fotografía Alexandre cantaba en un coro e hizo varios cortometrajes. En 1995, cuando tenía 23 años, su primer corto fue seleccionado para un festival internacional en Alemania. Ahora disfruta escribiendo poesía, dando grandes paseos por los bosques – generalmente con una cámara – y trabajando con los ordenadores. «Siempre me han fascinado los ordenadores y cómo hacer uso de ellos para la fotografía digital. Es mi manera de asociar tecnología y arte». **RP**

Fondo de Urgencia y Solidaridad

La solidaridad garantizada

El Fondo de Urgencia y Solidaridad tiene garantizada su financiación para el período 2013–2016 tras una decisión del Congreso de alimentarlo con el 1% anual del presupuesto ordinario de la Unión.

Gracias a esta financiación sostenida, la UPU podrá actuar si no inmediatamente, al menos rápidamente, luego de una catástrofe. El dinero disponible facilitará el restableci-

miento urgente de los servicios postales básicos, como la entrega de cartas y encomiendas y la recepción de transferencias de dinero en las ventanillas postales.

También los operadores, las Uniones restringidas y los demás copartícipes han sido invitados a realizar contribuciones voluntarias o a emitir sellos de Correos con sobretasa, cuyo producto se volcará al Fondo.

Se estudiarán otras posibilidades de financiación.

El Fondo fue creado por el Consejo de Administración en 2010 con el fin de dar una rápida respuesta a las numerosas necesidades de ayuda urgente, así como de asignar recursos para acciones urgentes de asistencia en los plazos más breves posibles. **JD**

Los paquetes: el nuevo combustible para la máquina postal

«La innovación es vital para el futuro del sector postal», declaró el Director General de la UPU, Edouard Dayan, a los delegados presentes en el Foro Mundial de Empresas Postales. «El desarrollo de la economía digital obligó a los Correos a ampliar su gama de productos y servicios desarrollando servicios postales digitales», sostuvo Dayan.

Al tiempo que muchos Correos diversifican sus productos y servicios, Edouard Dayan llamó a la prudencia: «La UPU es totalmente consciente de que Internet no satisface todas las necesidades. Para la mayoría de los Correos, los envíos de correspondencia y las encomiendas siguen siendo sus actividades más importantes».

Este punto de vista es compartido por Johnny Thijs, Director General de bpost, el operador designado de Bélgica. «Nuestras pretensiones se limitan a nuestras actividades principales, esas en las que aplicamos lo que sabemos», dijo. Johnny Thijs, que

posee el récord de antigüedad al frente de un operador postal, reveló que la estrategia de bpost es pasar de una empresa especializada en correo a ser una empresa especializada en encomiendas.

El cliente manda

Khalil Daoud, Director General de Liban Post, el operador del Líbano, manifestó que aún no se había tomado ninguna decisión en materia de estrategia a largo plazo. «Todos los Correos reinventan sus actividades. Nuestros puntos comunes son gastos fijos elevados que deben pagarse por un envío o por un millón de envíos».

Dato'Khalid bin Abdol Rhaman, Director General de Pos Malaysia Berhad, explicó que el Correo había cambiado de paradigma pasando de un enfoque basado en los productos a un enfoque basado en los consumidores y las soluciones. La diversificación de los ingresos es el centro desde

que el Correo pasó a manos de DRB-HICOM en 2011. «Nos podemos desarrollar si aprovechamos nuestra experiencia. Tenemos acceso directo e indirecto a más del 80% de los establecimientos y ofrecemos puntos de contacto cada 5.000 habitantes en toda Malasia», dijo Dato'Khalid.

Durante tres días, el Foro de Bruselas, Bélgica, sirvió para mostrar a los Directores de Correos y expertos en operaciones postales la orientación a dar al sector en esta nueva era. Aun conscientes de que no existe una fórmula mágica que garantice el éxito, este evento constituye una fuente de ideas para conducir mejor el futuro del sector postal.

Organizado por la UPU, el Foro Mundial de Empresas Postales constituye uno de los eventos del sector que tiene lugar todos los años con ocasión de Post-Expo y reúne a cerca de 3.000 delegados. **FM**

Cupón respuesta internacional

«Chequeando» la respuesta

La República Checa ganó el concurso de diseño organizado por la UPU para ilustrar el nuevo cupón respuesta internacional (CRI). La obra del artista gráfico checo Michal Sindelar sobre el tema «El agua fuente de vida», se hizo eco del Año Internacional de la Cooperación en la Esfera del Agua 2013, de la ONU.

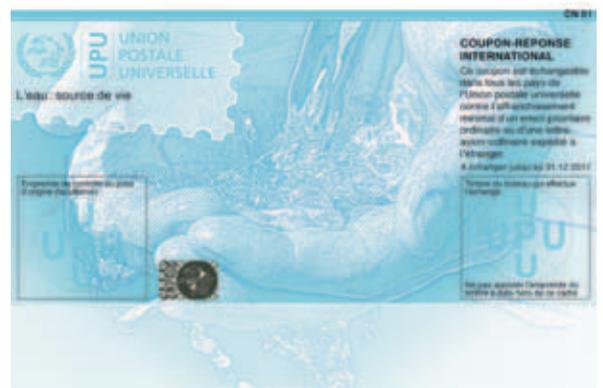
El nuevo CRI, denominado «El agua fuente de vida» se pondrá a la venta a partir del 1º de julio de 2013. Los clientes podrán canjearlo hasta fines de 2017. Reemplazará al cupón Nairobi actual, emitido desde el 1º de julio de 2009 y válido hasta el 31 de diciembre de 2013.

El CRI puede canjearse en todos los Países miembros de la UPU por

uno o varios sellos de Correos del porte mínimo de un envío de correspondencia prioritario del servicio ordinario o por una carta-avión del servicio ordinario para expedir al extranjero a los efectos de obtener una respuesta. Si bien no todos los Correos venden cupones respuesta, sí están obligados a canjearlos.

Al 31 de octubre de 2012 se habían emitido y vendido más de 4 millones de CRI Nairobi en 120 Correo de todo el mundo, lo que equivale a 5 millones de dólares aproximadamente.

Creado hace 105 años, el cupón respuesta sigue siendo útil ya que además de utilizarse como respuesta pagada a una correspondencia, los



estudiantes de muchos países lo utilizan para obtener una respuesta a sus solicitudes de inscripción en importantes instituciones educativas y universidades. **JD**

En venta a partir de julio de 2013



Pautas para un nuevo ciclo

.....
El Congreso Postal Universal de Doha, Qatar, ha sido el escenario de una actividad intensa, a la altura de las expectativas.

.....
Por
Faryal Mirza

Del 24 de septiembre al 15 de octubre, más de 2.000 delegados de la comunidad UPU jugaron un papel esencial en la conformación del futuro de la Unión. Las decisiones tomadas por el Congreso han cubierto el conjunto de los objetivos perseguidos por la UPU, marcando así la pauta para el nuevo ciclo de trabajo.

A la vista del declive de los volúmenes de correo y de la evolución tecnológica, los países miembros han decidido utilizar las nuevas tecnologías y los estándares para mejorar la situación de áreas clave de negocio – como son las encomiendas y los envíos de correspondencia – y para diversificar sus actividades.

Ahora que el Congreso ha bajado el telón, *Union Postale* examina algunas de las grandes decisiones, entre las cuales están las relativas a los gastos terminales – el sistema de remuneración de los envíos de correspondencia a nivel internacional – la seguridad de la cadena logística y el comercio electrónico.

Gastos terminales: pasos decisivos

Los gastos terminales – la remuneración que se paga al país de destino por procesar y entregar los envíos de correspondencia – son un tema sensible y delicado que siempre suscita calurosos debates, pero esto no impidió a los países miembros adoptar decisiones importantes en este campo.

Las decisiones tomadas en el Congreso son la prolongación de los trabajos realizados durante muchos años para crear un único modelo de remuneración para todos los países. Estas decisiones confirman la voluntad de los países miembros de progresar hacia un sistema de remuneración universal. La UPU cuenta actualmente con dos sistemas: el objetivo y el de transición. En función de la clasificación del país, dependiendo de su nivel de desarrollo, dicho país formará parte de uno u otro sistema. Los países se reparten en cinco grupos, el grupo 1 está compuesto por los países más desarrollados y el grupo 5 por los menos avanzados. «Se trata de un proceso permanente y el objetivo es poner en marcha un modelo único para el mayor número de países posible», explica Jan-Erik Leistedt, de Suecia, presidente de la comisión del Congreso encargada de los gastos terminales.

En el sistema objetivo, cada país fija sus propias tasas de gastos terminales expresadas en una tasa por envío y otra por kilo. Estas tasas se calculan en función de las tarifas interiores de cada país de destino. En el sistema de transición, las tasas de los gastos terminales las determina el Congreso y figuran en el Convenio de la UPU.

Al principio estaba previsto que todos los países formasen parte del sistema objetivo en el 2017, pero no parece probable que esto se alcance antes del 2026.

En el nuevo ciclo de trabajo que comienza en 2014, el sistema objetivo sufrirá una serie de cambios. Se ha introducido en las Actas de la Unión el concepto de separación de los envíos de correspondencia basado en los diferentes formatos. Esto implica, para los países del sistema objetivo, la obligación de aplicar esta separación. La razón es la consideración del formato de los envíos de correspondencia a la hora de fijar el precio para organizar las operaciones y la contabilidad.

En el futuro, se utilizarán dos tarifas domésticas de referencia para calcular las tasas de gastos terminales

para los países del sistema objetivo. Actualmente se utiliza solamente una de ellas: la aplicable a una carta de 20 gramos. Se añadirá otra aplicable a los sobres grandes de 175 gramos. «De esta forma los gastos terminales serán más representativos de las tarifas interiores aplicadas por los operadores postales», explica George Goumas, coordinador del Programa «Asuntos Económicos».

A partir de 2014, el sistema de transición pasará también por ciertos cambios que son sinónimo de buenas noticias para los países que forman parte del mismo y que necesitan modernizar su sistema de envíos de correspondencia con objeto de formar parte, finalmente, del sistema objetivo. Estos países podrán beneficiarse de una ayuda incrementada del Fondo para la Mejora de la Calidad de Servicio (FMCS) de la UPU. En efecto, los derechos mínimos anuales procedentes del FMCS, para todos los grupos, pasarán de los 12.565 DTS (8.212 \$ USA) actuales a 20.000 DTS. El montante total de los créditos FMCS disponible para todos estos países se mantendrá constante en unos 10 millones de DTS por año.

Otra decisión del Congreso permite a los países del grupo 3 pasar del sistema de transición al sistema objetivo en 2016, aunque sea a mitad del ciclo de trabajo. China, Rusia, Sudáfrica, Turquía, Malasia, Gabón, Mauricio, Lituania y Costa Rica son los países incluidos en este grupo. George Goumas nos explica que los nuevos países del sistema objetivo se beneficiarán de un largo periodo de transición. «Cuando un país se une al sistema objetivo, es considerado como «nuevo país» de este sistema durante un periodo de ocho a doce años. Esto significa que aplicará las disposiciones del sistema objetivo de forma progresiva, lo que le permitirá contar con el tiempo suficiente para efectuar ordenadamente todos los cambios necesarios para una participación total en el sistema objetivo».

En cuanto a la cuestión de saber por qué los gastos terminales son un tema tan sensible, Leistedt nos da alguna clave al respecto. «Se trata de dinero. En algunas países están en juego grandes sumas y cada vez que hacemos cambios en el sistema, siempre habrá países que saldrán ganando y otros perdiendo». **FM**



Gastos terminales:

www.upu.int/en/activities/terminal-dues-and-transit-charges

.post cobra nuevo impulso

Los países miembros han adoptado por consenso una resolución de orden general que da luz verde a que .post continúe su desarrollo. Una vez que el nombre del dominio de primer nivel pisó tierra firme, los países miembros fueron invitados de nuevo a unirse a este proyecto. Gracias a la plataforma .post, la red postal física se ha prolongado al ciberespacio, lo que permite a la comunidad ofrecer servicios electrónicos postales fiables y seguros. Durante el Congreso, Malasia anunció que su Comisión de comunicaciones y multimedia haría una donación de 100.000 dólares a favor del proyecto. Dato' Mohamed Sharil Mohamed Tarmizi, presidente de esta Comisión y experto internacional en materia de gobernanza de Internet, ha declarado que Malasia apoyaba de manera activa la visión .post: «Creemos que el servicio postal debe evolucionar al tiempo que el ecosistema postal del futuro a fin de que su viabilidad esté asegurada y de que continúe siendo relevante» y añade, «Formar parte del dominio .post significa beneficiarse de las innovaciones postales mundiales».

M. Tarmizi ha indicado que el dominio .post podría jugar un papel crucial en la innovación de ciertos servicios postales de Malasia, como el servicio transfronterizo digital y el sistema de pagos postales electrónicos. «Algunas iniciativas acelerarán la realización de los objetivos estratégicos incluidos en nuestra estrategia postal para 2010–2014. Para apoyar dichos objetivos, Malasia ha puesto en marcha una nueva legislación postal que promueve unos servicios modernos e integrados en tres áreas estratégicas. Estos servicios son los servicios físicos, los electrónicos y los financieros».

Por lo que se refiere al futuro, los países esperan con interés la próxima generación de servicios postales. «Teniendo en cuenta la futura estrategia para el sector postal de Malasia, creo que el país no debería tardar en unirse al resto de los países miembros y solicitar la participación en el dominio .post», declara M. Tarmizi.

Otro miembro de la UPU que ya se ha embarcado en el proyecto es Italia. Durante el Congreso, Poste Italiane, el operador designado, ha lanzado el primer sitio web .post (www.posteitaliane.post) y tiene planes para lanzar futuros servicios con el sufijo .post. El operador italiano ha hecho equipo con PostNL de Países Bajos para desarrollar comercio electrónico transfronterizo en la plataforma. Así mismo está probando un servicio de courier electrónico postal certificado con el correo chino y de Macao.

Giovanni Brardinoni, presidente italiano del comité directivo provisional de .post, se ha referido al interés

que los países industrializados y los países en desarrollo han manifestado en el Congreso por .post, y en concreto por el comercio electrónico. «Todos estamos convencidos de que .post aportará el marco técnico adecuado para desarrollar auténticos servicios integrados para fomentar el comercio electrónico entre los operadores postales. En efecto, nuestros operadores cuentan con todos los elementos que componen la cadena logística para las transacciones efectuadas por Internet. Ponemos en marcha servicios de logística, financieros y electrónicos, de forma que podamos ofrecer a los clientes un punto de acceso único para el comercio electrónico», asegura Brardinoni.

Para presentar las diferentes oportunidades que ofrece .post, el Centro de Tecnología Postal – brazo técnico de la UPU – ha creado un programa de seguimiento y localización mundial que permitirá a los clientes seguir sus envíos hasta su distribución final. El Correo de Malasia forma parte del grupo de países que participan en el proyecto piloto. Utilizando los datos electrónicos que todos los Correos del mundo intercambian en la red Post *Net de la UPU y otras redes interconectadas gestionadas por socios externos, todos los operadores postales designados podrán, un día, beneficiarse de un sistema completo de seguimiento y localización de principio a fin. Esto aportará un enorme valor tanto a los comerciantes como a los clientes en línea. Los países miembros y los operadores designados que estén interesados en solicitar un dominio pueden indicar su interés en <https://apply.info.post>

Por el momento, sólo se está tratando un número limitado de solicitudes hasta que se cree formalmente el grupo de usuarios .post durante la reunión del Consejo de Explotación Postal en abril de 2013. El nuevo grupo supervisará, entre otras actividades, el futuro desarrollo y gestión del dominio de primer nivel; una vez establecido, los países miembros (bien directamente o a través de sus operadores designados) podrán adherirse a dicho grupo mediante una aportación y, de este modo, participar en la configuración del futuro .post. El modelo de financiación de .post se corresponderá, pues, con el de otros grupos sufragados por los usuarios, como la Cooperativa EMS y la Cooperativa Telemática de la UPU.

En 2009, la UPU se convirtió en la primera organización especializada de las Naciones Unidas en obtener un dominio de primer nivel concedido por la Corporación de Internet para la Asignación de Nombres y Números (ICANN por sus siglas en inglés). **FM**

Una cadena logística más segura

El acento se ha puesto de nuevo en el papel de los Correos para hacer más segura la cadena logística mundial. Gracias a una decisión del Congreso, la UPU ha fijado, por primera vez en su historia, normas mínimas obligatorias para la seguridad del correo. Se adoptaron también otras decisiones para apoyar los trabajos actuales sobre el intercambio de datos informatizados (EDI) con objeto de apoyar a las aduanas y hacer más seguro el transporte.

Las nuevas normas para la cadena logística – S58 y S59 – proporcionan a los Correos una referencia desde la que trabajar (ver artículo «Tema de Cubierta» de *Union Postale* de junio 2012). La norma S58 relativa a medidas de seguridad de orden general se refiere, entre otros aspectos, a la seguridad de las instalaciones, al transporte por superficie, al programa de auditoría de conformidad, a la preparación para afrontar situaciones de emergencia y la planificación de la continuidad de las operaciones. La S59 se ocupa de la seguridad del procesado y transporte del correo internacional. Un componente importante del camino a seguir lo constituye la formación de los operadores postales porque les permitirá afrontar los nuevos retos de la seguridad en general y de la seguridad postal en particular. También continuará el trabajo de colaboración con las partes interesadas: con la Organización de Aviación Civil (OACI), la Asociación Internacional del Transporte Aéreo (IATA), la Organización Mundial de Aduanas (OMA), la Comisión Europea, y la Administración para la Seguridad en el Transporte de Estados Unidos (TSA).

Paralelamente, los países dieron su acuerdo para que los trabajos relativos al intercambio de datos electrónicos con las aduanas y el sector de la aviación con fines de seguridad sigan adelante. El canadiense Peter O'Neill explica que este acuerdo avala la continuidad de las pruebas de un sistema de preaviso electrónico comenzadas en 2006 por cinco Correos: Canadá, Estados Unidos, Gran Bretaña, Francia y Alemania. Y añade que estos Correos se unieron para definir un formato electrónico de las declaraciones de aduana CN 22 y CN 23. Poco después, comenzaron en la UPU los trabajos sobre el Sis-

tema de Declaración de Aduanas gracias a la financiación de Canadá y de la Cooperativa EMS.

Desde entonces, el grupo ha pasado de cinco a 13 componentes, que han participado en una serie de proyectos piloto consistentes en el envío de mensajes EDI conteniendo información sobre objetos postales en el formato denominado ITMATT. Entre 2007 y 2011 estos Correos han intercambiado más de 17 millones de este tipo de mensajes. Según Peter O'Neill, se espera que el grupo intercambie unos 11 millones de mensajes sólo en 2012.

Por su parte, la OMA ha acogido muy positivamente la decisión del Congreso según la cual los Correos deberán suministrar a las autoridades aduaneras mensajes EDI relativos a las expediciones antes de su envío. «Esta innovadora decisión de la UPU contribuirá mucho a la seguridad de la aviación mundial», declaró el pasado noviembre el secretario general de la OMD, Kunio Mikuriya, en un comunicado de prensa. «Se trata de una prueba evidente del compromiso de la UPU en el reforzamiento de la seguridad del comercio, adoptando un enfoque de gestión de riesgos como el que existe en la OMD para asegurar y facilitar el comercio», añadió.

Los tests técnicos del sistema de declaración de aduanas continuarán con objeto de incrementar el número de autoridades aduaneras participantes. La OMD ha aprobado ya los mensajes ITMATT y los ha asociado a su modelo de datos. El objetivo es permitir a las aduanas evaluar el grado de seguridad de una expedición antes de la llegada de los envíos, apoyándose en los datos ITMATT para decir si serán necesarias medidas suplementarias cuando la mercancía llegue al país de destino.

«Es capital unir a todos los actores de la cadena logística mundial, no sólo con fines de seguridad, sino también para fomentar la calidad de servicio», precisó Peter O'Neill. El secretario general de la OMD, Kunio Mikuriya también animó vivamente a las administraciones aduaneras y a los servicios postales «a cooperar a nivel nacional a fin de garantizar la integridad y la seguridad del correo». **FM**

Devolver al remitente

El rápido desarrollo del comercio electrónico está creando grandes oportunidades para los Correos a escala mundial. Para ayudar a los Correos a responder a las nuevas necesidades de los consumidores y aprovechar las oportunidades actuales y futuras que ofrece el comercio electrónico, varias resoluciones del Congreso urgen a la UPU a desarrollar el comercio electrónico transfronterizo suprimiendo los obstáculos que impiden su crecimiento, adaptando los servicios actuales y mejorando la calidad de servicio para los ciudadanos y las empresas, sobre todo para las PYME.

La creación de un servicio de devolución de las mercancías compradas en línea constituye una prioridad. Por ello, el Congreso exhorta a la UPU a que continúe sus trabajos para desarrollar dicho servicio para las encomiendas postales. El Consejo de Explotación Postal (CEP) 2009–2012 ya ha sentado las bases necesarias para la creación de un servicio opcional y un mandato a un grupo de trabajo provisional para que continúe los trabajos entre el Congreso y la primera reunión del CEP en abril de 2013. El Congreso ha introducido los cambios necesarios en el Convenio de la UPU; el nuevo CEP deberá finalizar las especificaciones de servicio y adaptar en consecuencia los reglamentos y los formularios de las encomiendas postales a fin de optimizar los procesos y los procedimientos operativos.

Joost Magielsens, responsable de la red de encomiendas postales en PostNL, el operador designado holandés, lidera el grupo del servicio de retorno. Desde su punto de vista, habrá que trabajar duro para lanzar el nuevo servicio opcional el 1º de enero de 2014, cuando la Convención y los reglamentos de la UPU actualizados entren en vigor. Dicho esto, espera que la UPU pueda

aprovechar los sistemas e innovaciones existentes para progresar lo más rápida y eficientemente posible. «El nuevo servicio se enfrenta a varios retos a nivel internacional: debe ser asequible, trazable y prioritario», explica. La UPU debe poner en práctica un mecanismo de contabilidad transparente para asegurar que los costes del transporte aéreo regional sean razonables y competitivos, trabajar en establecer cuotas parte territoriales que cubran los costes de recogida en el Correo de destino y coordinar el nuevo servicio con los oficiales de aduanas para facilitar el tratamiento en las fronteras de las mercancías devueltas.

Para responder a estos retos, la UPU deberá trabajar en estrecha colaboración con entidades como International Post Corporation, la Cooperativa EMS y Kahala Post Group, que explotan o estudian ya soluciones para el retorno de las mercancías. «Armonizar estas actividades nos permitirá economizar en los costes de desarrollo y mantenimiento y acelerar el lanzamiento del servicio», añade Joost Magielsens. El grupo seguirá de cerca lo que se hace en el ámbito del servicio de correspondencia ya que la UPU trata de desarrollar un servicio de retorno de mercancías eficaz y competitivo tanto para los envíos ligeros como para los pesados.

Según las estadísticas de la UPU, el tráfico internacional de encomiendas en 2011 ascendió a 58 millones de objetos. Desde 2006, este segmento de negocio ha experimentado un crecimiento anual del 5,3 por ciento y continuará su evolución. Según el Interactive Media in Retail Group, las ventas en línea estimadas en 690 mil millones de Euros (887 mil millones de dólares) en 2011, superarán la barrera del millón de millones de Euros en 2013. **RL**

Centrados en la calidad

La adopción de la nueva hoja de ruta de la Unión, la Estrategia Postal de Doha, ha sido crucial para la configuración del ciclo 2013–2016. Los países miembros han dado luz verde a la nueva estrategia, fundada sobre las bases establecidas en estrategias precedentes. En un contexto en el que las condiciones de mercado están en plena evolución, la estrategia constituye una guía importante para ayudar a los operadores postales a modernizar y a desarrollar su red.

Para el ciclo 2013–2016, los trabajos se vincularán a las cuatro grandes metas de la estrategia: mejorar la interoperabilidad de las redes postales internacionales, aportar conocimientos técnicos y competencias relacionadas con el sector postal, promover productos y servicios innovadores (desarrollando las dimensiones física,

financiera y electrónica de la red), y promover el desarrollo sostenible del sector postal (incluidos los sistemas de remuneración).

La adaptación de la misión de servicio postal universal a la realidad del mercado y a las nuevas tecnologías concitó un gran consenso. También se dio un fuerte impulso al comercio internacional con la adopción por el Congreso de las proposiciones que permiten al sector postal incrementar su implicación en facilitar a las empresas el movimiento de sus mercancías más allá de las fronteras. Los países se comprometieron igualmente a estudiar en qué medida la red postal podría fomentar la inclusión financiera de las capas más desfavorecidas de la población, generalmente excluidas de los principales servicios financieros, como por ejemplo los servicios bancarios.

En la primera Conferencia ministerial de la UPU celebrada durante el Congreso, el mensaje fue claro: muchos gobiernos están comprometidos en asegurar el futuro del Correo y son conscientes del papel esencial que desempeñan los Correos en el desarrollo socioeconómico. Más de sesenta ministros participaron en la Conferencia y los debates fueron seguidos por una sala repleta y atenta. Los delegados se congratularon de la Declaración sobre la importancia de contar con buenos sistemas de redacción de las direcciones.

Mejorar los niveles

Los países reiteraron su compromiso con la mejora de la calidad de los servicios postales, tema muy presente en los debates, y decidieron que el porcentaje de envíos internacionales de correspondencia prioritarios entregados en D + 5 (quinto día hábil posterior al día del depósito) deberá alcanzar el objetivo del 85% en 2016. Esto ha de hacerse de manera progresiva a lo largo del ciclo de trabajo. Actualmente el objetivo está fijado en el 80%. El Congreso también decidió que «la norma y el objetivo se apliquen a los envíos internacionales de correspondencia prioritarios entre las zonas y/o ciudades más importantes desde el punto de vista de los intercambios postales internacionales en cada uno de los Países miembros».

El mandato del Fondo para la Mejora de la Calidad de Servicio (FMCS), que permite financiar proyectos destinados a mejorar la calidad de servicio de los envíos de correspondencia de los países beneficiarios, ha sido prolongado. Después de 10 años, las ventajas de continuar con las actividades del FMCS no ofrecen ninguna duda para los países. En consecuencia, la fecha de disolución del Consejo Fiduciario ha sido trasladada del 31 de diciembre de 2016 al 31 de diciembre del 2020.

Se confirmó la relación entre el FMCS y los gastos terminales – el sistema de remuneración de los operadores postales de destino. Esto significa que un determinado

porcentaje de los gastos terminales continuará alimentando el FMCS.

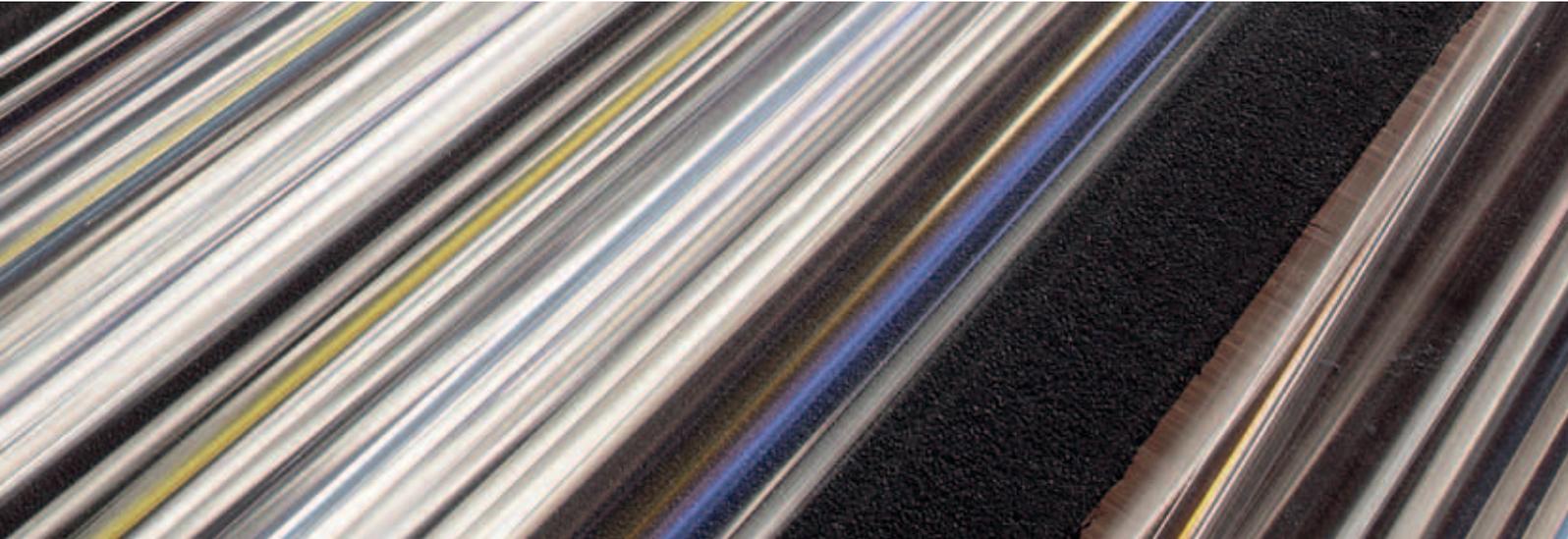
El Sistema de Control Mundial (GMS por sus siglas en inglés) de la Unión concitó también un fuerte apoyo. Este sistema permite controlar la calidad de servicio de los envíos de correspondencia gracias a la tecnología de identificación por radiofrecuencias (RFID). Actualmente, el GMS no permite evaluar la calidad de servicio más que en el segmento de llegada. El Congreso adoptó una resolución a fin de ampliar las posibilidades del sistema para posibilitar una evaluación de extremo a extremo con objeto responder a las necesidades específicas de los usuarios, según el principio «el usuario paga».

Se adoptaron también otras decisiones para garantizar el financiamiento del Fondo de urgencia y de solidaridad de la UPU y ampliar el campo de los envíos con franquicia para los invidentes.

Nuevos dirigentes

Otro de los momentos culminantes del Congreso fue el de las elecciones del nuevo director general y vicedirector general, que iniciarán su mandato en enero de 2013. El suspense finalizó con la victoria, para el puesto de director general, de Bishar Hussein, de Kenia, frente a Serrana Bassini, de Uruguay, por 87 votos contra 72. Pascal Clivaz de Suiza, resultó elegido vicedirector general frente a Dennis Delehanty de Estados Unidos.

Tras finalizar el Congreso tuvieron lugar las reuniones constitutivas del Consejo de Explotación Postal y del Consejo de Administración, respectivamente. En estas reuniones se acordaron las nuevas estructuras de los dos órganos. Los cambios introducidos en el CEP son los más numerosos. Se crearon nuevas comisiones para integrar la cadena logística y los servicios electrónicos; una nueva comisión centrada sobre los servicios físicos cubre las encomiendas y los envíos de correspondencia en los campos de la remuneración y la calidad de servicio. **FM**



Reportajes

Consejo de Explotación Postal 2013–2016



«La comunidad de la UPU es un marco sólido en el que los países miembros se proporcionan apoyo mutuo para hacer frente a los desafíos que un solo miembro no podría resolver individualmente.

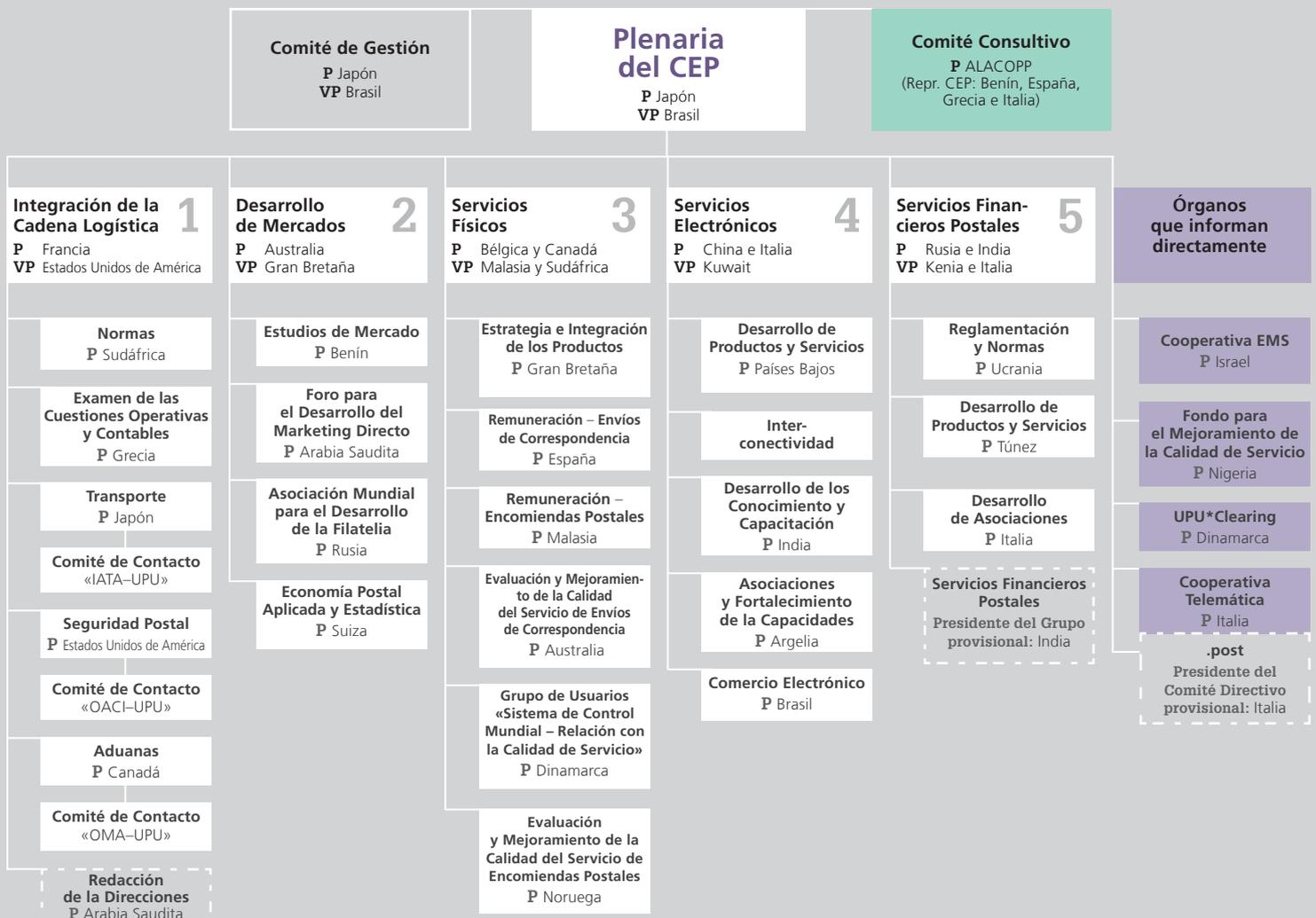
Creo que la presidencia no debe tratar de ofrecer soluciones sino más bien facilitar los debates entre los Países miembros a fin de encontrar las mejores soluciones con toda neutralidad.

Durante las futuras reuniones del CEP me gustaría promover una toma de decisiones rápida y transparente. Para ello será esencial que las presidencias de las comi-

siones y grupos, así como la Oficina Internacional, trabajen en estrecha colaboración. También creo que la representación gráfica de las proposiciones, las resoluciones y los informes harán que los debates sean más inteligibles y fructíferos. Para garantizar una toma de decisiones transparente, será absolutamente necesario tener en cuenta también los puntos de vista de los países no miembros del CEP».

MASAHIKO METOKI, JAPÓN

PRESIDENTE DEL CONSEJO DE EXPLOTACION POSTAL 2013–2016



Consejo de Administración 2013–2016



«La puesta en práctica de las decisiones del Congreso de Doha implicará grandes retos dado que los objetivos fijados por el Congreso son ambiciosos si los comparamos con los recursos de que dispone la UPU.

En consecuencia, el presidente del Consejo de Administración debe, también, afrontar los retos que supone dominar los temas a debate y esforzarse constantemente en la coordinación de las actividades del Consejo con las de otros órganos de la UPU, fundamentalmente el Consejo de Explotación Postal y la Oficina Internacional.

Para ser eficaz, la presidencia debe buscar siempre soluciones que satisfagan a todas las partes. Por supuesto,

ésta no es una tarea fácil dado que no es sencillo encontrar soluciones concertadas (que yo personalmente prefiero a las unilaterales) cuando los objetivos no son compatibles. Cada presidente aporta su toque personal, su forma de abordar los asuntos, de negociar y de encontrar soluciones a situaciones difíciles».

ABDUL RAHMAN AL AGAILY, QATAR

PRESIDENTE, CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN 2013–2016

«Creo que el primer y más importante reto al que nos enfrentamos es el de trazar un mapa claro de lo que es el Comité Consultivo actualmente y, basándonos en ello, redefinir su misión y su posición para el próximo ciclo. Esto no es, a buen seguro, realizable a corto plazo, pero

nos servirá de orientación para nuestro trabajo en los próximos cuatro años».

MARCELA MARÓN, ALACOPP.

PRESIDENTA DEL COMITÉ CONSULTIVO



Red postal: los ministros expresan su apoyo

En el Congreso de Doha, la Conferencia ministerial ha sido el escenario en el que los líderes y actores gubernamentales más influyentes han compartido sus reflexiones sobre la importancia de los servicios postales en el mundo actual.

Por Jenifer Fenton

Las decenas de ministros y dirigentes empresariales del sector postal reunidos con ocasión de esta Conferencia han abordado los retos urgentes a los cuales debe responder el sector para ser capaz de estar a tono con las necesidades cada vez más sofisticadas y cambiantes de los particulares y las empresas.

En el curso de la primera sesión, que trató sobre el futuro del sector postal en el contexto de la revolución digital, varios ministros han puesto de relieve que si bien las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) han podido amenazar el papel tradicional del sector postal, también han dado a los países la oportunidad de transformar los servicios postales.

Un nuevo mundo

«El papel del Correo va a cambiar radicalmente en un próximo futuro», declaró Omobola Johnson, ministra de las tecnologías de la comunicación de Nigeria. Sin embargo, el Correo conserva su importancia: «La gente necesita servicios... que puedan prestarse a través de la red postal sirviéndose de las TIC», añadió.

Nikolay Nikiforov, ministro ruso de telecomunicaciones y comunicaciones, dijo tener un sueño en el que veía a cada persona con una dirección electrónica oficial, «una especie de ventanilla única para los servicios electrónicos». Se trataría de utilizar la tecnología para que todo el mundo tenga acceso a los servicios públicos y para contribuir al desarrollo de las pequeñas empresas y el comercio. «Las TIC evolucionan constantemente... cada día que pasa aporta nuevos retos, el sector postal

debe estar listo para adaptarse a esos cambios», subrayó el Ministro.

El sostenimiento del sector a la vista de las dificultades financieras existentes fue otro de los temas a debate. Philip Jennings, secretario general de UNI Global Union, subrayó que el sector postal debe salir de la crisis económica mundial con un nuevo paradigma, con una nueva forma de pensar. Añadiendo que un crecimiento sostenible necesitaría también una infraestructura sostenible – una estructura que conecte a los ciudadanos, a los consumidores y a las empresas.

También se abordó el papel del Correo como promotor de la inclusión económica y social. Sachin Pilot, ministro indio responsable de las TIC, explicó que hoy un gobierno soberano puede utilizar las redes postales para suministrar servicios, algo que era imposible hace sólo diez años. India ha lanzado un proyecto, de un montante de mil millones de dólares USA, a desarrollar durante cinco años, para proporcionar infraestructura para las TIC y formar al personal de sus 155.000 oficinas postales, 95 por ciento de las cuales están en zonas rurales.

La comunidad postal debe tener en cuenta las necesidades y los contextos locales y ser consciente de que los productos presentan riesgos diferentes y necesitan el empleo de canales de distribución variados, declaró Su Alteza Real la princesa Máxima de los Países Bajos, asesora personal del Secretario General de las Naciones Unidas en materia para la Inclusión Financiera para el desarrollo. «Uno de los papeles más importantes del gobierno es la creación de un ecosistema conectado que anime y cree un mercado dinámico en el que participen diversos



DOHA
2012



(i. a d. sentados) Hamadoun Touré, secretario general de ITU; Dina Pule, ministra de Sudáfrica; Nikolay Nikiforov, ministro ruso; Mongi Marzouk, ministro tunecino; Omobola Johnson, Ministra de Tecnología y Comunicación de Nigeria (foto: Nawras Alfawal).

prestarios», añadió. Para ello se necesita infraestructura, regulación, eficacia, competencia y coordinación».

Habla el Correo

Los operadores designados también tuvieron la oportunidad de expresar su punto de vista durante la Conferencia. Patrick Donahoe, postmaster general del Servicio Postal de Estados Unidos (USPS), explicó que la baja de los ingresos, provocada por la sustitución electrónica de la comunicación postal, ha forzado al sector postal estadounidense a ser «más racional, más rápido y más sólido».

Sin embargo, el objetivo fundamental del USPS – responder a las necesidades de la clientela – no ha cambiado. Donahoe añadió que en el futuro, el USPS será rentable gracias a un plan integral concebido para «esti-

mular el crecimiento de los servicios de envío de documentos y de paquetes» y también gracias a un servicio a la clientela más eficaz y a un mejor acceso a los servicios postales.

Edouard Dayan, director general de la UPU, cerró la Conferencia ministerial haciendo una llamada a todos los participantes para construir juntos un futuro sostenible para el sector postal por medio de la innovación y la diversificación. Para que el Correo desempeñe su papel es necesario un cambio radical, «de manera que el sector postal y la UPU persigan objetivos comunes para ser actores del desarrollo económico y social tanto por el bien de los ciudadanos como de las empresas». **JF**

Jenifer Fenton es periodista independiente con base en Doha, Qatar; también es productora de noticias para Al Jazeera English.



Para saber más de la Conferencia ministerial:

<http://www.news.upu.int/multimedia/videos/postal-perceptions>



1



2



3



4



5

.....
Fotos: Nawras Alfawal

1. Anna Tibajuka presentando la Declaración sobre las direcciones.
2. Delegados en el Centro Nacional de Congresos de Qatar.
3. Guozhang Huang, subdirector general de la UPU.
4. Edouard Dayan, director General de la UPU.
5. Sala I, Centro Nacional de Congresos de Qatar.



Fotos del Congreso

http://www.flickr.com/universal_postal_union

En la buena dirección

¿En qué medida la infraestructura de las direcciones fortalece el crecimiento socioeconómico de los países en desarrollo y contribuye a mejorar su calidad de vida? Ésta es la pregunta que se planteó en el 25º Congreso celebrado en Doha, Qatar.

Por Christina
Maria Paschyn

Los Países miembros de la UPU adoptaron la Declaración en materia de infraestructura de las direcciones en la que reafirman su compromiso de mejorar y ampliar los sistemas de redacción de la dirección a nivel nacional e internacional.

La Ministra de Ordenamiento territorial, vivienda y asentamientos humanos de Tanzania, Anna Tibaijuka, presentó la resolución a los delegados. «En un mundo de profundos cambios, marcado por un fuerte crecimiento de la población en las zonas urbanas, especialmente en los países en desarrollo, es nuestra responsabilidad, como líderes del ámbito local, nacional e internacional, asegurarnos de incluir a todas las personas», declaró Tibaijuka. «Estoy convencida de que la instauración de sistemas de redacción de la dirección contribuirá a mejorar los servicios públicos, tales como el saneamiento, la higiene y el agua, así como otros servicios esenciales».

La Declaración resume las principales conclusiones de una reciente publicación vinculada a la iniciativa de la UPU denominada «Una dirección para cada uno – Un mensaje para el mundo». De las conclusiones surge que los sistemas de redacción de la dirección contribuyen a definir una identidad legal para las personas marginadas, como los habitantes de zonas rurales o de asentamientos informales.

Esto se vuelve particularmente urgente cuando, según la Comisión para el Empoderamiento Legal de los Pobres (CLEP por sus siglas en inglés) de las Naciones Unidas, se sabe que cuatro mil millones de personas en el mundo están excluidas del estado de derecho y, por lo tanto, no pueden ejercer sus derechos civiles básicos por no tener una identidad legal. Las direcciones también facilitan el comercio, el suministro de servicios públicos y la distribución de los recursos.

Para todos

La Ministra de Comunicaciones de Sudáfrica, Dina Pule, fue la portavoz de los apoyos a la Declaración «El servicio postal debería ser verdaderamente universal. Considero que el derecho de cada ser humano a comunicarse reviste una importancia fundamental en los tiempos que corren», sostiene.

Pule describió el éxito logrado con la expansión del sistema de redacción de la dirección en Sudáfrica: unos seis millones más de hogares obtuvieron una dirección entre 2005 y 2009, y cada dirección del país fue codificada geográficamente. «Las direcciones facilitan la actuación de los servicios de urgencia en zonas rurales y contribuyen a la educación. Sin dirección, prácticamente no hay acceso a estos servicios», agregó la Ministra.

«Si bien los volúmenes de envíos disminuyen a nivel mundial, en Sudáfrica ocurre lo contrario», dice Pule. Desde hace unos cinco años el país registra un crecimiento del volumen de envíos internos del orden de 4 a 5% debido al aumento de la correspondencia empresa-cliente.

Identidad jurídica

Un representante del Comité Consultivo de la UPU demostró que las direcciones contribuyen a la riqueza nacional otorgando a las familias y empresas una identidad jurídica que les permita acceder al sistema bancario y al servicio de préstamos. «Yo llamo a eso el efecto de la virtualidad: con una dirección, miles de familias rurales sudafricanas pueden obtener un crédito para acceder al mobiliario. Los comercios de muebles de las ciudades vecinas necesitan más empleados, más muebles y más personal para su entrega, y los proveedores necesitan más artesanos para la fabricación», explica. «Nuevas direcciones originan nuevas actividades económicas».

El potencial de las direcciones para generar ingresos y favorecer el crecimiento a nivel nacional también alcanza a los países desarrollados. Por ejemplo, Dinamarca renunció en 2002 a cobrar derechos por la utilización de su base de datos de direcciones con la condición de que las empresas declararan cuánto ganaban al usarla. El país calculó que, durante un período de cuatro años, el costo de mantenimiento de la base de datos era de unos cuatro millones de euros. Pero el beneficio para las empresas eran muy superiores a esos gastos indirectos: durante el mismo período los 1.200 usuarios de la base de datos más importantes declararon ventas directas por un total de aproximadamente 72 millones de euros.

Asimismo, otros delegados destacaron las ventajas obtenidas por el país tras mejorar la infraestructura de las direcciones a nivel nacional. Un representante de Arabia Saudita describió de qué manera las innovaciones tecnológicas, como los dispositivos GPS y los teléfonos inteligentes, han permitido al Correo saudí identificar mejor a los destinatarios y, en consecuencia, distribuir el correo con más eficacia. Por último, una delegada de Ecuador elogió los esfuerzos desplegados por su país a fin de instaurar un sistema de códigos postales de seis dígitos para los 14 millones de habitantes. En su opinión, el nuevo sistema «será un nuevo elemento de la revolución que ya se ha comenzado en el país». **CMP**

Christina Maria Paschyn es periodista independiente en Doha, Qatar y conferencista en comunicación en la Universidad Northwestern de dicho país.



En buenas manos

Al ganar la elección para el cargo de Director General de la UPU a partir de 2013, Bishar Abdirahman Hussein es el primer africano subsahariano en ocupar este puesto.

Por
Faryal Mirza

Fotos:
Nawras Alfawal

Para muchos miembros de la comunidad de la UPU el embajador Bishar Hussein era una persona conocida a quien podían dirigirse como a un veterano de la familia postal.

Durante sus casi veinte años en el Correo de Kenya tuvo ocasión de participar también ampliamente en el ámbito de la UPU. El pináculo de dicho periodo lo constituyó su presidencia del Consejo de Administración de 2009 a 2012.

Tras su histórica elección, Bishar Hussein agradeció calurosamente a sus colegas por el apoyo y la confianza demostrados a lo largo de su campaña.

En su discurso, también se comprometió a redoblar esfuerzos para ganar la confianza de aquellos países que no lo votaron.

Casi en seguida de su elección *Union Postale* entrevistó al aún Presidente Ejecutivo del Correo de Kenya para conocer más detalles de la persona que, a partir de enero de 2013, estará al frente de la UPU por los próximos cuatro años.

Union Postale: ¿Qué estilo de líder debemos esperar cuando asuma sus funciones?

Bishar Hussein: Los Países miembros de la Unión no esperan de esta Secretaría, la Oficina Internacional, más que resultados.

Mi tarea principal, como Director General, será hacer todo lo posible por satisfacer esas expectativas con profesionalismo y eficiencia, respetando rigurosamente las normas éticas.

Para ello, cuento con los mandos de la Oficina Internacional a los efectos de respetar escrupulosamente las agendas que se han definido y brindar servicios eficaces. Soy una persona pragmática y decidiré qué medidas se adoptarán para cada situación en particular. Asociaré a los funcionarios al proceso de toma de decisiones cuando sus competencias y conocimientos lo requieran.

La creatividad, la innovación y las ideas forman parte del motor de las organizaciones y es el elemento distintivo de unos y otros. Es esa clase de talento la que buscaré. Alentaré el espíritu de equipo, para inspirar confianza y respeto, y permitir al personal lograr sus propios objetivos y los de la organización.

Sin embargo, la disciplina y el respeto de la autoridad y de la jerarquía deberán cumplirse de conformidad con los reglamentos en vigor.

Como nuevo Director General, ¿cuál considera usted que será su nuevo aporte en el ejercicio de sus funciones?

Cada Director General tiene su estilo de gestión, puntos de vista y centros de interés particulares. Yo tengo los míos. Es decir, me esforzaré en ganar la confianza del personal de la Oficina Internacional y estimular el trabajo

«El difícil entorno en el que crecí me inculcó modestia, paciencia, perseverancia, trabajo duro, confianza en mí mismo, así como la importancia de la cooperación y el respeto por los otros»

en equipo a fin de obtener los mejores resultados posibles con los limitados recursos de que disponemos.

Asimismo, instaré a los gobiernos, los reguladores, las Uniones restringidas, los Coordinadores regionales y los demás actores a comprometerse en el desarrollo del sector postal. Es esencial reforzar la cooperación entre los Países miembros logrando consensos en los asuntos importantes y tratar de comprenderse mutuamente cuando los disensos se presentan.

Tenemos que concentrarnos en la utilización de la tecnología para facilitar el desarrollo de innovaciones y la diversificación del sector postal, al tiempo que fortaleceremos los servicios tradicionales.

Buscaremos nuevas fuentes de financiación para el desarrollo de los Correos y promoveremos la participación del sector privado, si es oportuno y necesario.

¿Cómo podrá la comunidad de la UPU aprovechar su vasta experiencia en materia de explotación?

Estoy seguro de que mi experiencia servirá para concretar las decisiones y resoluciones del Congreso en beneficio de los Países miembros.

A lo largo de mi actividad postal y diplomática de casi treinta años he tenido la oportunidad de dirigir instituciones y administrar recursos. Conozco bien el sector postal desde el punto en lo que tiene que ver con la explotación, las funciones ejecutivas y el mercado.

En mi calidad de Presidente del Consejo de Administración de este último ciclo, participé en los trabajos de preparación del Congreso de Doha y estoy bien al tanto de los desafíos actuales.

En su opinión, ¿cuál es el desafío más urgente que debe enfrentar hoy en día el sector postal?

La falta de financiación adecuada para desarrollar el Correo es uno de los desafíos más urgentes para muchas organizaciones postales. Los progresos tecnológicos, la rápida evolución del mercado de las comunicaciones y la globalización han sido duras pruebas para el Correo.

Fortalecer la capacidad de los Países miembros para acompañar el ritmo de estos cambios requiere inversiones importantes a fin de modernizar la infraestructura

postal. La mayoría de las organizaciones postales tienen cada vez más problemas en cuanto a poder movilizar los fondos necesarios para invertir en sus redes. Esta situación se ha visto agravada por la reciente crisis económica mundial.

Hablemos un poco de su vida personal, empezando por su juventud.

Nací y crecí en la región alejada y semiárida del Noreste de Kenya. Es una región de muy pocas lluvias, lo que condiciona el estilo de vida de las comunidades esencialmente pastorales que viven allí. Los habitantes de esta región se desplazan de un lugar a otro en busca de agua y alimento para la cría de sus animales, que representan su principal fuente de recursos.

De pequeño, cuando aún no iba a la escuela, me ocupaba de las vacas, las cabras y los camellos de mi familia. Sé lo que es la vida al aire libre y tengo de ella excelentes recuerdos.

En esta región, el acceso a la educación era, y sigue siendo, un problema. La infraestructura social básica, como rutas, telecomunicaciones y servicios postales, así como escuelas y hospitales no se han desarrollado lo suficiente, incluso en la actualidad.

Muchos niños brillantes, con frecuencia se ven privados de continuar con sus estudios y de alcanzar sus sueños.

¿Qué huellas le ha dejado su infancia?

Me considero muy afortunado de haber podido vencer todas las dificultades y de haber llegado hasta aquí. Por otro lado, las difíciles condiciones de mi infancia se han convertido en las fortalezas de mi vida adulta. Forjaron mi carácter, fortalecieron mi determinación y templaron mi instinto para afrontar toda clase de desafíos.

El difícil entorno en el que crecí me inculcó modestia, paciencia, perseverancia, trabajo duro, confianza en mí mismo, así como la importancia de la cooperación y el respeto por los otros, todos ellos valores esenciales en un entorno multilateral y multicultural como el de la UPU.



La alegría de los delegados felicitando a Bishar Hussein tras su elección.

¿Cuándo comenzó usted a trabajar en el Correo?
Comencé en Kenya Post & Telecommunications Corporation (KPTC) en 1984, inmediatamente después de la universidad, e hice un curso intensivo de un año en materia de explotación y gestión postal, en la escuela postal de Nairobi. En las clases se trataban todos los aspectos de la actividad postal.

¿Y luego?
Desempeñé distintas funciones de gestión en el terreno y en la sede hasta 1999 cuando, el 1º de julio, el gobierno dividió la enorme organización KPTC en tres entidades diferentes: Telkom Kenya Ltd., la Comisión de Comunicaciones de Kenya y Postal Corporation of Kenya (PCK). Fui el primer Director General de Correos de PCK.

¿Qué tipo de organización era PCK en 1999?
Tuvimos que construir literalmente el Correo de Kenya desde cero, sin subvención del Estado. PCK empezó sin disponer de los fondos necesarios para su explotación. La nueva entidad heredó deudas considerables de la ex KPTC, como facturas impagas, fondos en tránsito, obligaciones de pago, etc. No teníamos el dinero para pagar los salarios de los 5.500 empleados ni para cubrir los costos operativos ordinarios.

¿Cómo evolucionó la situación bajo su dirección?
Teníamos cuatro ventajas importantes: una mano de obra bien formada y experimentada, una vasta red postal, una relación de confianza de larga data con nuestros

clientes y el público en general y, por último, la voluntad de tener éxito. Rápidamente pusimos en acción un equipo de dirección reducido y eficaz que organizó las unidades comerciales y operativas con una precisión militar.

Analizamos nuestra red, reforzamos nuestras ventajas, corregimos nuestras debilidades, enfrentamos las amenazas y aprovechamos al máximo el potencial del mercado. También motivamos al personal, instauramos el espíritu de equipo y establecimos una rigurosa disciplina.

Definimos nuestra nueva visión, así como nuestra misión y formulamos planes estratégicos para PCK. Luego, lanzamos ambiciosos programas de reforma que inmediatamente dieron resultados positivos.

Además, pagamos la mayoría de las deudas y obtuvimos un beneficio moderado a fines del primer año. El segundo año, ya habíamos levantado cabeza gracias a las sólidas bases fundadas para garantizar crecimiento de una empresa postal autónoma.

En alguna parte del norte del Kenya, a miles de kilómetros de Nairobi, hay un jovencito cuidando el ganado y preguntándose qué podrá hacer con su vida. ¿Qué consejo le daría?

Le diría que mirara más allá del horizonte que ahora tiene ante sus ojos, que sueñe a lo grande y trabaje duro para hacer sus sueños realidad. Y que los sueños no tienen horizonte. **FM**

Un rostro familiar en un nuevo puesto

El suizo Pascal Clivaz se convertirá en el 15º vicedirector general de la Oficina Internacional de la UPU en enero de 2013.

Por
Rhéal LeBlanc

En 2012, Suiza ha celebrado dos acontecimientos: el décimo aniversario de su adhesión a las Naciones Unidas, y la elección de un nacional, Pascal Clivaz, para las funciones de vicedirector general de la UPU.

Pascal Clivaz, antiguo ejecutivo del Correo Suizo, entró en la UPU en 2005 como director de Finanzas. Posteriormente la planificación estratégica se añadió a sus responsabilidades. A sus 46 años, es considerado uno de los más jóvenes dirigentes en la historia de la organización.

Union Postale: ¿Cómo ve usted el papel del vicedirector general?

Pascal Clivaz: Fundamentalmente como un apoyo al trabajo del director general. Tenemos una hoja de ruta, la Estrategia Postal de Doha, y el Congreso ha adoptado una serie de resoluciones que reflejan lo que desean los países miembros.

Debemos, por tanto, centrar todas nuestras energías en hacer lo que el Congreso nos ha pedido, teniendo en cuenta, a la vez, el techo fijado para nuestros gastos. Desde el momento en que el director general es quien tiene el poder político, mi trabajo será el de apoyarle en el día a día.

¿Cuáles serán los principales retos que deberá afrontar la UPU en los próximos años?

Uno de los objetivos es concentrar las sinergias necesarias para implementar las decisiones tomadas por el Congreso. El director general y yo mismo podremos así rendir cuentas al Congreso Postal Universal de 2016,

que tendrá lugar en Turquía, con los menos problemas posibles. Los retos se sitúan a muchos niveles, el más importante: los recursos a nuestra disposición. El Congreso ha confirmado que la UPU debe ser rigurosa en sus planteamientos. Igual que otras organizaciones, la UPU tendrá que emprender una tarea de introspección, en concreto, para mantener un sano equilibrio financiero. Deberemos conciliar las ambiciones bastante exigentes en términos de recursos humanos y financieros para administrar los proyectos, con los medios, por cierto constantes, pero limitados de la UPU.

¿Hay algún proyecto que merezca especialmente su atención en sus nuevas funciones?

Gestionaré cualquier proyecto que el director general me indique. Obviamente, necesitaremos trabajar en estrecha colaboración en algunos de ellos.

El lanzamiento de .post entre nuestros países miembros durante el Congreso de Doha nos ha introducido con éxito en la era digital. Esta nueva dimensión exige más profesionalidad y capacidad de reacción por nuestra parte. También se han planificado otros proyectos piloto, entre ellos los relativos a los servicios financieros, al tiempo que habremos de asegurar el desarrollo de áreas tradicionales, como los paquetes, que ocupan un lugar cada vez más importante en el sector postal.

Así pues no nos faltará el trabajo a ninguno de los dos. Por mi parte, me concentraré más en los aspectos que mejor conozco, como las actividades de apoyo, la gestión de los recursos o del personal. Pienso que no tendremos ningún problema para definir nuestros



.....
Pascal Clivaz aporta a la OI su experiencia de ocho años en las finanzas y la estrategia de la Unión (foto: Nawras Alfawal).
.....

papeles respectivos en función de las cuestiones que vayamos a tratar.

Usted se ha referido a la importancia de la era digital y de su impacto sobre el sector postal. ¿Está abocados los servicios postales a un porvenir completamente digital?

El correo físico ocupará siempre una plaza importante en el sector. Por supuesto, en una nueva era donde la tecnología y la información juegan un papel cada vez más fundamental en la economía y el comercio, los Correos estarán obligados a desempeñar un papel un tanto diferente. Dicho esto, hay productos y servicios que nunca será posible virtualizar.

Para mí, es importante definir el modelo económico postal apropiado a escala mundial, según las diferentes zonas geográficas y «categorías» de países. Dependiendo de la legislación nacional actual, será posible tomar una serie de medidas.

Será también necesario examinar las políticas de regulación a fin de evaluar la libertad que se ha dado a las empresas postales para cumplir con su futura misión. Hoy es crucial que el sector, tal como lo plantea nuestra estrategia postal y nuestra visión, sea un componente esencial del desarrollo económico. Debemos llevar a cabo una revisión profunda de los modelos económicos en lo que se refiere a las dimensiones físicas, financieras y electrónicas del Correo.

La UPU consagra muchos de sus esfuerzos a que los gobiernos se interesen más por las múltiples oportuni-

dades del sector postal como motor de la economía nacional ¿Cree que este mensaje ha sido recibido? Durante el Congreso, hemos organizado una Conferencia ministerial a fin de crear una dinámica nueva y un nuevo pacto con los gobiernos. Los ministros que se han reunido en la Conferencia han sido sensibles a los mensajes que les presentamos. Sensibles, sobre todo en este periodo de crisis, al rol que puede jugar el sector postal en el seno de su economía nacional. El sector postal es a menudo uno de los mayores empleadores del país; en términos de servicio público, estos ministros disponen de una herramienta fantástica que se denomina el Correo, y que puede convertirse en una herramienta muy útil para desarrollar políticas públicas, a condición de revisar el mandato o las misiones de su empresa postal pública.

¿Qué espera usted de la Oficina Internacional en el curso de los próximos años?

Esperamos mucho de los colaboradores de la Oficina Internacional a fin de que juntos podamos convertir la hoja de ruta de Doha en resultados tangibles. Como siempre, estoy convencido de que conseguiremos, gracias a los esfuerzos de los que lo dan todo para llevar a cabo los objetivos fijados, presentar con orgullo nuestros resultados en Turquía en 2016. **RL**

El hombre, el mito y los sellos

Con motivo del 240° aniversario de Mauritius Post, *Union Postale* rinde homenaje a los sellos de Correos más caros del mundo, producidos por esta nación insular

.....
Por
Kayla Redstone

En 1847, un artesano de Port Louis (Mauricio) grabó las palabras «Post Office Mauritius» en una plancha de cobre, ignorando que los sellos que imprimiría en ella se convertirían en los más caros y requeridos del mundo. Esos dos sellos (conocidos comúnmente como Red y Blue Penny) son los únicos que llevan las palabras «Post Office» en lugar de la indicación habitual «Post Paid» («Porte pagado»). Esta simple y única diferencia es una de las razones que llevan a los coleccionistas a pagar millones por uno de estos raros ejemplares de sellos de Correos. ¿Realmente Joseph Osmond Barnard se equivocó al grabar la placa o su «error» formaba parte de un plan? Hasta ahora no hay una respuesta clara a esta pregunta.

La leyenda

Poco se sabe de Joseph Osmond Barnard, aparte de que era oriundo de Portsmouth (Inglaterra) y de que había llegado a la Isla Mauricio como pasajero clandestino en 1838. Al año siguiente, puso un aviso en el diario *Le Cernéen* ofreciendo sus servicios para trabajos en miniaturas y grabado.

En noviembre de 1846, Barnard envió un presupuesto por la impresión de sellos de Correos: 10 chelines por 1000 sellos, más 10 libras por la plancha de cobre destinada al grabado.

Grabó las dos matrices en la plancha de cobre de 82 x 63 mm, con el mismo perfil de la reina Victoria luciendo su corona de diamantes, como en los sellos británicos, además de la inscripción «Post Office Mauritius» en los bordes. Luego, imprimió a mano 500 ejemplares de cada uno de los dos valores.

Desde hace tiempo los filatelistas se debaten por saber si la utilización de la palabra «Office» fue simplemente un error de Osmond Barnard quien, en realidad, quería grabar la palabra «Paid». Sin embargo, la impresión del franqueo utilizada por el Correo de Mauricio lle-

vaba la misma palabra que Barnard utilizó, lo que hace pensar que trató de armonizar el enunciado de los sellos con el de la impresión.

La impresión se terminó el 20 de septiembre de 1847, convirtiendo a Mauricio en la primera colonia británica en emitir sellos de Correos. Los ejemplares se pusieron a la venta el 22 de septiembre. Pero se corrió el rumor de que un día antes, es decir, el 21 de septiembre, algunos sellos fueron cedidos a un cliente privado: Lady Elizabeth Gomm, la esposa del Gobernador de Mauricio.

El baile de gala

En la época en que se imprimieron los sellos hacía 40 años que la isla francesa había pasado a ser una colonia británica. No obstante, si bien el inglés era la nueva lengua oficial, predominaba el uso del francés, lo que creaba tensiones evidentes.

Se especula con que el baile de gala organizado por Lady Gomm el 30 de septiembre de 1847 tenía como principal objetivo distender las relaciones entre las comunidades de habla francesa e inglesa. El rumor de que los sellos se habían vendido anticipadamente para poder franquear las invitaciones al baile alimentó la idea de que habían sido emitidos específicamente con un fin diplomático.

Probar la relación entre el baile y los sellos era el objetivo de Helen Morgan, archivóloga y escritora, cuando realizó investigaciones para su libro *Blue Mauritius: The Hunt for the World's Most Valuable Stamps*. «Para mí, encontrar un rastro escrito hubiera sido como encontrar el santo grial, pero nunca encontré nada», admite Helen Morgan. En su opinión, los hechos que vinculan los sellos al baile han sido pura coincidencia. Helen Morgan, como los demás coleccionistas, considera que los sellos y el baile están relacionados. Se basa para ello en la existencia de tres sobres idénticos, cada uno de los cuales lleva el sello rojo de un penique para el correo interno, dirigi-

dos a M. Alcide Maquay, Ed. Duvivier Esq. y H. Adam Esq. Junior.

Aunque no se encontró ninguna invitación en los sobres, su similitud hizo pensar a los filatelistas en el baile de entonces. «Un corresponsal anónimo escribió en 1897 a una revista filatélica estableciendo la relación entre ambos hechos», explica Helen Morgan. «Al haber tres sobres iguales, alguien los vio y seguramente pensó: ¿Qué raro? Son todos idénticos... deben haberse utilizado con el mismo fin».

El Pliego de Bordeaux

Si este pliego agita el debate sobre el tema de saber si esos sellos fueron emitidos o no para el baile, la existencia de un pliego muy buscado deja en claro que su producción no se realizó con el único fin de franquear las invitaciones. Fue en 1902 cuando un muchacho encontró entre la correspondencia polvorienta de su padre, comerciante de vinos, un sello con la indicación «Post Office», siendo ampliamente recompensado por sus esfuerzos. La carta que había caído en sus manos es hoy conocida con el nombre de «Pliego o Carta de Bordeaux». Esta carta, dirigida por Edward Francis & Co., desde Port Louis (Mauricio) a los comerciantes de vino Ducau & Lurguie, en Bordeaux (Francia) llevaba un ejemplar de cada sello. Según Helen Morgan, ese franqueo no



correspondía a la tarifa internacional vigente en aquel entonces. Una segunda carta enviada a Bordeaux lleva solamente el sello de dos peniques, lo que sí corresponde a la tarifa en vigor.

En opinión de Helen Morgan, la primera carta de Bordeaux es una «aberración» pero, puesto que los sellos de Correos recién se habían creado era esperable que se produjeran errores de este tipo. «Las equivocaciones siempre pueden ocurrir puesto que la gente no conocía el sistema; creo que es la única explicación de lo sucedido». El simple error de haber utilizado los dos sellos (una diferencia de un penique) aumentó considerablemente el valor del pliego. Su último comprador ofreció 3,8 millones de dólares en una subasta que se realizó en 1993, convirtiéndolo en la pieza filatélica más cara de la historia. Desde entonces, el pliego no ha cambiado de propietario.

En la actualidad, sólo existen 12 sellos Blue Penny y 15 Red Penny. Por lo tanto, restan 27 sellos para alimentar la esperanza de aquellos fanáticos del Correo de Mauricio que sueñan con tener entre sus manos uno de estos ejemplares, si algún día llegan a tener el dinero necesario para al menos hacer la primera oferta. **KR**

Kayla Redstone cumplía una pasantía en el programa «Comunicación» de la UPU en el momento de redactar este artículo.

.....
Por Susan
Vogel-Misicka

Algunos ejemplares de estos sellos de Correos han cambiado de manos varias veces a lo largo de los años. En 1893, dos de ellos se vendieron por 680 libras esterlinas cada uno: el precio más alto pagado por un sello hasta entonces. En 1988, el «Two Penny» solo se vendió por 750.000 dólares.

«Poco tiempo después tuvo lugar 'la venta del siglo' », cuenta Emmanuel Richon, conservador del Museo Blue Penny en Port Louis, Mauricio. «Fue una ocasión única para comprar los dos sellos», dice a propósito de la venta que tuvo lugar en Zurich (Suiza), el 10 de noviembre de 1993. En esa oportunidad, un consorcio de empresas mauricianas, cuya gestión estaba a cargo del Mauritius Commercial Bank, pagó unos 2,6 millones de dólares para

repatriar los dos sellos raros a Mauricio. Durante la misma venta, un coleccionista de Singapur adquirió el «Pliego de Bordeaux en 4 millones de dólares.

Según E Richon, esos sellos contribuyen a explicar la reforma del franqueo postal del siglo XIX, la administración colonial y la evolución de la técnica de grabado. «¡Hay tantas cosas en un centímetro cuadrado!»

Para exponer los sellos en forma debida, el banco inauguró el Museo Blue Penny en 2001. «Estamos orgullosos de poder mostrar los sellos al público cada día, en el país donde fueron diseñados e impresos. Creo que es el mismo sentimiento que tiene un italiano ante los frescos de Miguel Angel en la capilla Sixtina,» sostiene entusiasta Richon.

El valor monetario de los sellos se ha disparado en los últimos veinte años. Según Emmanuel Richon, el museo debió asegurar las piezas por un total de cinco millones de dólares en ocasión de una exposición en Berlín, en el año 2011.

Aunque algunos historiadores no duden en pensar que el diseñador tenía que ser un gran distraído para escribir «Post Office», Emmanuel Richon sostiene lo contrario. «Pensemos un momento en la eficacia de Joseph Osmond Barnard en términos de promoción de la Isla Mauricio. ¡Genial! **svm**

Susan Vogel-Misicka es periodista independiente, residente en Berna, Suiza. También trabaja como periodista para swissinfo.

Una vuelta más a la privatización del Correo japonés

La historia sin fin de la privatización del Correo japonés ha sufrido un giro a fines de octubre. Los socios de la empresa han develado un plan tendiente a privatizar los servicios postales hacia fines de 2015.

Por Julian Ryall

El 26 de octubre último, Japan Post Holdings Co. presentó sus propuestas a Mikio Shimoji, el Ministro encargado de la privatización de los servicios de distribución. La entrada en el mercado bursátil sería una de las más importantes de la historia de Japón y la venta de casi dos tercios de sus acciones podría reportar no menos de 7.000 millones de yen (87.500 millones de dólares) al gobierno.

Poco después del anuncio del plan, el Ministro de Finanzas, Koriki Jojima, declaró en una conferencia de prensa que el gobierno pensaba vender su parte en un esfuerzo por financiar los trabajos de reconstrucción necesarios luego del terremoto y tsunami de marzo de 2011. «Espero que consigamos el mejor precio», agregó.

La venta del total de las acciones del gobierno había sido decidida mucho antes del terrible terremoto que golpeó el noreste del país. Pero la decisión tomó carácter de urgente debido a las necesidades financieras para reconstruir los cientos de comunidades de la región de Tohoku destruidas por la catástrofe natural, la más grave jamás ocurrida en el país.

El Correo de Japón fue fundado el 1° de abril de 2003, como consecuencia de la reorganización de la Oficina de servicios postales. Cuando resultó electo, el entonces primer ministro, Junichiro Koizumi, había hecho de la privatización de la empresa uno de los principales objetivos de su administración, a pesar de las controversias al respecto.

Empresa pública encargada de los servicios de distribución de envíos postales y encomiendas, así como de los servicios bancarios y de seguros de vida, el Correo japonés era el empleador más importante del país, con sus 400.000 funcionarios y una red de 24.700 oficinas de Correos.

Una vasta red

Beneficiándose con la presencia de oficinas de Correos en casi todas las comunidades del país, situación inigualable para los bancos privados, el Correo japonés administraba el sistema de ahorro postal más importante del mundo, con cerca de 224.000 millones de yen (2.100 millones de dólares) de ahorro de los hogares en sus cuentas «yu-cho», así como 126.000 millones de yen (1.200 millones de dólares) por sus servicios de seguros de vida «kampo». La situación actual se mantiene.

En octubre de 2007, el Correo de Japón fue reorganizado en cuatro unidades operativas: el banco, los seguros, la distribución de la correspondencia y los servicios de ventanilla dedicados a estas tres unidades. El gobierno del Partido Liberal Demócrata había fijado como fecha de entrada en bolsa para la sociedad por acciones en 2010.

El Partido Liberal Demócrata perdió las elecciones generales de 2009 frente al nuevo Partido Demócrata, que se apresuró a poner punto final al plan.

El próximo paso

Frente a la catástrofe natural de 2011, el gobierno adoptó, en abril, una ley que contemplaba la posible privatización total, conservando cierta influencia en la prestación de sus servicios y abriendo así el camino para seguir con los planes previstos. «La privatización es una cuestión de larga data, que avanza y retrocede desde hace años, pero esta ley vuelve a poner la privatización sobre la mesa», declaró Martin Schulz, economista del Instituto de Investigaciones de Fujitsu. «Sin embargo esto no significa que vaya a ocurrir efectivamente, pues los bancos y las compañías de seguros privadas se oponen a ello con fuerza».

Lo que más inquieta al sector privado es el hecho de que la participación minoritaria del gobierno daría a los servicios financieros del Correo japonés una ventaja competitiva importante, permitiéndole penetrar en los nuevos mercados, tales como los seguros de enfermedad especializados, y protegerse de los riesgos de quiebra. Sin embargo, se avecinan elecciones el 16 de diciembre que podrían afectar nuevamente el proyecto de venta de las partes del gobierno.

JR

Julian Ryall es periodista independiente, residente en Tokio, Japón. Es también corresponsal del Daily Telegraph en Japón.

Panorama continúa en la página 30.

IBIS detecta rápidamente una encomienda

Por Kayla Redstone

Antes de la instauración de IBIS, los Correos debían realizar las reclamaciones de encomiendas perdidas utilizando una fórmula en soporte papel (CN 08), que se enviaba por correo o por fax. En la actualidad, se procesan por el sistema de reclamaciones en línea más de 25.000 solicitudes por mes. El sistema también impone plazos más estrictos para las etapas del proceso de búsqueda de las encomiendas faltantes: la solicitud de la búsqueda, la búsqueda especial y la búsqueda exhaustiva.

Durante la primera etapa, el operador de destino tiene 12 horas hábiles para consultar los datos de seguimiento y localización e informar al Correo expedidor si ha encontrado la encomienda faltante. En caso negativo, el Correo de destino dispone de 24 horas hábiles para verificar si la encomienda se encuentra en el centro de tratamiento antes de enviar otra respuesta.

Si la encomienda aún no ha sido ubicada, el Correo encargado de la entrega en el destino final debe realizar una búsqueda exhaustiva en un plazo máximo de 160 horas hábiles. «Al hacer obligatoria la utilización de IBIS, la UPU reemplazó la fórmula CN 08 en papel y aceleró el trámite de las reclamaciones», sostiene Chris-

tine Bétrémieux, responsable del Programa «Encomiendas y Logística» de la UPU.

Por su parte, los Correos consideran que la reducción de los plazos contribuye a mejorar el servicio a la clientela. Para Parcelforce, en Gran Bretaña, que acusa excelentes resultados y utiliza IBIS desde 2006, el sistema se ha vuelto ampliamente disponible. Entre febrero y julio de 2012, la empresa procesó el 100% de las reclamaciones dentro de los plazos, es decir que dio respuestas en el tiempo máximo dispuesto a estos efectos.

«El sistema IBIS facilita mucho las cosas ya que se dispone de una prueba real de que la encomienda llegó a destino, en lugar de un papel que puede, incluso, extraviarse. Es mucho más eficaz para el cliente», explica Andrea Tye, Jefe del servicio a la clientela internacional de Parcelforce.

El Correo de Suiza que entre febrero y julio de 2012 respondió al 100% de las reclamaciones dentro de los plazos, ha visto mejorar su servicio a la clientela desde su incorporación a IBIS en 2006. «Algunos operadores han vuelto a ser confiables en materia de respuesta a las reclamaciones, gracias al estricto cumplimiento de

los plazos,» explica Ruggero Schifano, del Servicio de atención a la clientela de La Poste Suisse.

Los Correos de destino que procesan por lo menos el 95% de las reclamaciones dentro de los plazos obtienen una bonificación de 5% en las cuotas-parte territoriales de llegada. Desde mayo de 2012, los Correos con menos de 500 reclamaciones por año reciben un mensaje de correo electrónico advirtiendo la llegada de una nueva reclamación, lo que evita, además de una reclamación adicional, que el Correo se prive injustamente de la bonificación.

Los Correos que no utilizan IBIS dependen de la buena voluntad de sus corresponsales para procesar las reclamaciones presentadas a través de la fórmula CN 08 tradicional y no tienen derecho a la bonificación. Los Correos que utilizan IBIS ya no tienen la obligación de responder a las reclamaciones con la fórmula CN 08. El Programa «Encomiendas y Logística» de la UPU insta a todos los Correos a adoptar el sistema IBIS. **KR**

Kayla Redstone cumplía una pasantía en el programa «Comunicación» al momento de redactar este artículo.

Plazos establecidos para las tres etapas de localización de encomiendas extraviadas:

Verificación de los datos de seguimiento y localización:

12

Verificación de la distribución

24

Búsqueda exhaustiva

160

en horas

Panorama

Resumen

Australia

Australia Post quiere invertir más de dos millones de dólares australianos (dos millones de dólares USA) para transformar su red logística nacional en una red de entrega de encomiendas «primera categoría» y en una «plataforma digital universal». Estas inversiones en el segmento de encomiendas fortalecerán la automatización y extenderán la presencia de Australia Post en todo el territorio, proponiendo a los particulares y a las empresas un servicio de entrega flexible.

Bélgica

Bpost vendió una parte de su servicio Certipost que permite intercambiar documentos y facturas electrónicas, por un monto de 18.200 millones de euros (24 millones de dólares USA). Certipost continuará ofreciendo documentos con seguridad garantizada, servicios de certificación digital, así como la tarjeta de identidad electrónica belga.

Canadá

Canada Post tiene una nueva gama de productos para los comerciantes en línea que deseen integrar los datos de Canada Post en su plataforma, su tienda en línea o su aplicación cliente. Gracias a sus servicios en la web, los minoristas ofrecerán diferentes opciones de recogida, localización, tarifas de expedición y etiquetas de devolución.

Estados Unidos de América

US Postal Service tiene previsto lanzar un servicio de entrega de encomiendas en el día, en algunas áreas metropolitanas del país, habida cuenta del crecimiento del segmento de encomiendas en 2012. Este nuevo servicio denominado «Metro Post» permitirá a los vendedores de Internet proponer a sus clientes la entrega rápida a domicilio.

Gran Bretaña

La empresa de viajes Minoan Group celebró un acuerdo con la **Federación Nacional de Oficinas de Correos** para explotar durante tres meses 50 puestos automatizados de

agencia de viajes en las pequeñas oficinas de Correos ubicadas en zonas comerciales. Si el proyecto piloto funciona, Minoan Group instalará mil puestos más en los próximos cinco años.

Royal Mail pondrá en marcha para clientes de escasos ingresos, como los jubilados, los desempleados o los discapacitados, comprar sellos de Correos a los precios de 2011 para las fiestas de fin de año. A principios de 2013, lanzará un nuevo sistema de seguimiento de encomiendas para su servicio de devolución Packetpost. Este sistema permitirá a los comerciantes emitir las etiquetas de devolución con los números de seguimiento. **Royal Mail** obtuvo la aprobación del regulador postal Ofcom para poder entregar las encomiendas a los vecinos de los destinatarios cuando éstos no se encuentren en sus domicilios para recibirlos.

Italia

Poste Italiane será la primera empresa italiana en inaugurar sistemas de pago sin que medie contacto con sus clientes, gracias a la tecnología NFC (Near Field Communication: comunicación inalámbrica de corto alcance). El sistema NFC utiliza ondas para transferir los datos, de manera que los clientes de los comercios puedan utilizar sus teléfonos móviles para efectuar pagos sin firma previa ni códigos.

Jersey

Jersey Post está ensayando nuevos métodos para optimizar la entrega de sus encomiendas. El operador está probando varias posibilidades a través de su servicio SecureDrop, que permite a los residentes definir un lugar distinto a su domicilio para que las encomiendas no certificadas le sean entregadas.

Países Bajos

PostNL adquirió Valid Express, la pequeña empresa que emplea a personas que sufren de enfermedades crónicas o discapacidades, para ofrecer un servicio de entrega en el día

de las encomiendas enviadas por comerciantes en línea.

También emitió los primeros sellos de Correos «pop-up» del mundo. Los sellos en 3D, lanzados durante la semana de libros infantiles, son una primicia mundial, según **PostNL**. El tipo de papel empleado transforma el dibujo de dos dimensiones en una imagen 3D cuando se desliza una lengüeta. Con un valor de 5 euros, sirven para franquear pequeños paquetes a expedir a Países Bajos de hasta 500 gramos.

Suiza

Swiss Post anunció el ingreso de 100.000 nuevos clientes para su filial bancaria PostFinance durante los primeros nueve meses de 2012. Su capital alcanzó los 103.000 millones de francos suizos. En la actualidad, PostFinance cuenta con 2,9 millones de clientes y 4,5 millones de cuentas, es decir, 200.000 más que a fines de 2011.

Varios

FedEx Express ha inaugurado una nueva plataforma rotativa en Singapur, por un total de 78,9 millones de dólares, para servir la región Asia – Pacífico. Las instalaciones son las únicas dedicadas al transporte exprés para efectuar las operaciones aéreas, terrestres y de despacho aduanero bajo el mismo techo. La empresa piensa construir en Shanghai una nueva plataforma rotativa internacional exprés y de carga en el aeropuerto internacional de Shanghai Pudong, por un total de 100 millones de dólares. Dotada de instalaciones para el despacho aduanero, estará operativa a principios de 2017.

TNT Express continuó expandiéndose en Medio Oriente inaugurando una nueva oficina en Qatar. Esta filial, ubicada en Abu Samra, en la frontera con Arabia Saudita, tiene el beneficio de una posición estratégica en la red de carreteras de TNT.

Textos de Jérôme Deutschmann.

Fe de erratas: En el número 3 de septiembre de 2012, en la página 8, segundo párrafo, debió decir: *Younouss Djibrine, nuevo Secretario General de la Unión Panafricana de Correos, conoce bien el proceso PIDEF, ya que fue Presidente del Grupo de Proyecto «Cooperación Técnica y Reforma Postal» del Consejo de Administración de la UPU.*



Implementing complete sorting solutions, that's my job.

Katty PASCAL
Technical Programs 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

We master every stage of the implementation process. Our technological solutions cover all the requirements of equipment and systems sorting and sequencing, reading, coding and supervision.

As a global integrator, we also provide project management, partnership solutions and, thus, the full integration cycle. We are here for you and for each stage in the life of your process, SOLYSTIC offers solutions tailored to your requirements.

Make your projects a reality with SOLYSTIC.

www.solystic.com



Future postal solutions

Innovando la información sobre la calidad



GMS

Global Monitoring System

La medición de la calidad de servicio del correo con la tecnología RFID ha dejado de ser un sueño para muchos de los países miembros de la UPU. Gracias a GMS, los Correos pueden hoy beneficiarse de una moderna solución que utiliza la RFID pasiva a un precio muy asequible.

Para más información vea la película de animación

<http://www.tinyurl.com/gmsfilm>

O contacte gms@upu.int.



UPU

UNIÓN
POSTAL
UNIVERSAL