

Número 2/2003

Abril

Mayo

Junio de 2003

UNION POSTALE 2

En este número...

Página

Cubierta

En dos años el Fondo para la Calidad de Servicio ha contribuido a que se inicien 90 proyectos centrados en el mejoramiento del servicio postal universal en los países en desarrollo.

(Foto: Correo Argentino)

Prólogo

A pasos cortos se recorren caminos largos

2

Apuntes

Ojeada a las actividades de la UPU y del correo

3

Cooperación y desarrollo

El Fondo para la Calidad de Servicio: modelo de cooperación técnica

Correo Argentino: la calidad en punto de mira

Apartados de correos en Benin

El correo ucraniano ofrece sus mejoras

México, Chile y Uruguay: control diagnóstico en curso

Reforma postal y financiación: apostar por la diversificación

7

12

13

14

15

16

Congreso de 2004 de la UPU

Bucarest se prepara

19

Correo y medio ambiente

Adhesión al Pacto mundial: las Naciones Unidas lanzan un llamamiento a los correos

20

Rúbricas

Diálogo con los dirigentes postales

Masaharu Ikuta, Presidente del correo japonés

El derecho a la comunicación

Asegurar la distribución del correo por doquier y a toda costa

Una oficina de correos bajo los proyectores

La Oficina principal de Ouagadougou (Burkina Faso)

21

25

28

Foro filatélico

La calidad se refleja también en los sellos

31

A pasos cortos se recorren caminos largos

La recesión económica y la intensificación de la competencia, cuyos efectos se dejan sentir en los servicios postales y las cantidades de correo intercambiado, incitan a los operadores postales a ser más innovadores, flexibles y emprendedores para tener éxito. Deben gestionar con esmero sus finanzas y sus operaciones, crear nuevos productos y acceder a nuevos mercados.

Los temas abordados con ocasión de los siete foros del período de sesiones de 2003 del Consejo de Explotación Postal, es decir la cooperación técnica, la calidad de servicio, la seguridad postal, los servicios financieros postales, las encomiendas, las relaciones con la clientela y el medio ambiente son todos ellos esenciales para los operadores postales. Los ejemplos presentados durante los foros han permitido reafirmar que los correos son capaces de adaptarse a los cambios y de crear oportunidades incluso en las situaciones más desfavorables.

Este número de *Union Postale* versa principalmente sobre las cuestiones abordadas con ocasión de los foros y sobre las medidas adoptadas por la UPU y sus órganos permanentes desde el Congreso de Beijing 1999, para ayudar a los Países miembros a mejorar y desarrollar sus servicios, pues como afirma el Presidente del CEP, Sr. Carlos Silva, a pasos cortos se recorren caminos largos.

El Fondo para el Mejoramiento de la Calidad de Servicio, que constituye el tema de nuestro artículo de

fondo, es un excelente ejemplo de los esfuerzos desarrollados para ayudar a los países en desarrollo a mejorar sus servicios. El número de correos que participan en las evaluaciones de la calidad de servicio y publican normas para el correo internacional ha aumentado considerablemente estos últimos años. Incluso si aún no son totalmente satisfactorios, los niveles de calidad de servicio son más elevados que antes. En el mismo orden de ideas, el nuevo sistema de gastos terminales adaptado a cada país va a aparecer pronto, y lo mismo cabe decir del nuevo sistema de compensación UPU*Clearing. En lo que toca a la seguridad, las actividades del grupo de acción para la seguridad postal contribuyen a la introducción de prácticas ejemplares. El Centro de Tecnologías Postales ayuda también a los correos proponiendo aplicaciones flexibles a precios abordables. También se han realizado progresos en materia de normalización. El proceso de apertura de la UPU a cooptantes externos está en una fase avanzada, como lo demuestra la participación en las reuniones del CEP de los miembros del Grupo Consultivo desde el año 2002.

No obstante, aún falta tomar cierto número de medidas. Únicamente una fuerte ayuda financiera al desarrollo sostenible y una mejor transmisión de pericia, así como una cooperación técnica reforzada permitirán reducir la distancia existente entre los países desarrollados y los países en desarrollo.

La redacción

Apuntes

Los miembros del Grupo Consultivo acogidos en el Congreso de 2004

Los miembros del Grupo Consultivo han recibido la seguridad de que podrían participar en las reuniones del Congreso de 2004 de la UPU como observadores de pleno derecho sin derecho de voto. En la reunión del Grupo Consultivo celebrada en Berna en abril de 2003, cierto número de miembros pidieron más precisión a este respecto para evitar una repetición de la situación del Congreso de Beijing 1999, donde el acceso a ciertas reuniones se les había negado a los intervinientes externos invitados. El Presidente del Grupo Consultivo, Felix Muriel prometió a los miembros que no estarían obligados a esperar en los pasillos con ocasión del próximo Congreso.

Creado en el año 2002, el Grupo Consultivo va a transformarse en un nuevo órgano, el Comité Consultivo, que estimulará la participación de los intervinientes externos en los trabajos de la UPU. Las modificaciones del Reglamento General que versarán sobre la creación del nuevo órgano deberían ser aprobadas el 16 de setiembre de 2004, es decir el segundo día del Congreso. El Reglamento revisado recomendado anteriormente por el Grupo de Alto Nivel, prevé que los miembros del Comité Consultivo podrán asistir en el Congreso en calidad de observadores. Pero hasta la aprobación final del Reglamento por el Congreso y para asegurar que sus miembros podrán efectivamente participar en él, el Grupo Consultivo someterá dos resoluciones a este respecto al Consejo de Administración de octubre de 2003. Dichas resoluciones serán presentadas después al Congreso de 2004.

Una vez el Comité Consultivo oficialmente constituido, el Grupo Consultivo cesará de existir. Los miembros no gubernamentales del Grupo Consultivo se convertirán automáticamente en miembros del nuevo Comité Consultivo, mientras que los tres miembros del CA y del CEP serán designados después de las reuniones constitutivas de ambos Consejos, previstas para el 4 de octubre de 2004.

Gastos terminales: perspectiva futura

La UPU dio un paso más hacia la instauración de un sistema de gastos terminales adaptado a cada país cuando el CEP de 2003 adoptó los principios del futuro sistema y definió el vínculo con la calidad aplicable a los países industrializados a partir de 2005. El Grupo de Acción

«Gastos Terminales» (GAGT) terminó lo esencial de los trabajos técnicos, definió los elementos fundamentales y creó un sistema de vínculo con la calidad de servicio basado en medidas de estímulo que concernirá a todos los países a partir de 2006. El Grupo prosigue el objetivo tendente a establecer un sistema de gastos terminales que tenga más en cuenta los costes propios de cada país y que incluya un vínculo con la calidad de servicio sobre la base de una decisión del Congreso de Beijing 1999.

El paso a un sistema de gastos terminales que tenga más en cuenta los costes de cada país de destino tiene repercusiones financieras y se deja sentir en el mercado. Según el Presidente del GAGT, Gary Halpin, de Correos de Canadá, la clave del éxito es doble: se trata por una parte de hacer comprender a todos los miembros de la UPU que los gastos terminales deben ser modificados de manera fundamental y, por otra parte, de brindarles la ocasión de expresarse en el marco de un proceso de negociación justo y transparente.

Las próximas etapas del proceso que conducen al Congreso de Bucarest 2004, consisten en establecer una comparación estructurada entre los principios del nuevo sistema y las proposiciones actuales correspondientes y en definir un número limitado de «proposiciones de concepto» sobre la base de los elementos fundamentales definidos y del análisis de las proposiciones nacionales o regionales avanzadas. Un simple instrumento informático permitirá a cada miembro de la UPU efectuar su propio análisis de las incidencias financieras para cada una de las proposiciones.

Las mesas redondas regionales que precederán al taller sobre los gastos terminales previsto para el 13 de octubre de 2003 deberían suministrar informaciones esenciales. Una mesa redonda mundial tendrá lugar en febrero de 2004 y la seguirá la presentación de exposiciones en el CEP y en el CA de 2004. El objetivo consiste en proponer al Congreso de Bucarest un sistema de gastos terminales justo, adaptado a cada país y que apoye la prestación de un servicio universal.

El blanqueo de dinero en el punto de mira de los responsables de la seguridad postal

Billetes de banco cuidadosamente disimulados en neumáticos de bicicleta, escondidos en botellas de oxígeno o embalados en minúsculos papeles de chicle en espera de ser expedidos por correo. En general, el servicio postal

no es considerado como un medio de blanquear dinero o de financiar actividades terroristas, pero como estos ejemplos reales lo demuestran, los servicios de correos deben, desgraciadamente, contemplar esta posibilidad.

A medida que las administraciones postales amplían la gama de sus servicios financieros para ofrecer más que meros giros postales, corren el riesgo cada vez más de convertirse en el blanco de actividades criminales. Esta es la razón por la cual las discusiones celebradas por el Grupo de Acción para la Seguridad Postal (GASP) con ocasión de su reunión de abril de 2003 versaron esencialmente sobre la lucha contra el blanqueo de dinero y la financiación de actividades terroristas. Uno de los intervinientes invitados a la reunión, Ted Greenberg, consejero especial en el servicio del Departamento de Justicia de Estados Unidos de América encargado de las cuestiones internacionales relacionadas con el blanqueo de dinero (International Money Laundering Section of the United States Department of Justice), insistió en la necesidad para los servicios de correos de aprender mejor a conocer a sus clientes y de tomar medidas para disuadir a los criminales de que utilicen la red postal para sus actividades.

A raíz de las exposiciones presentadas de manera muy viva por el Sr. Greenberg y representantes de la Unidad de Información Financiera de Liechtenstein, de An Post y de USPS, la UPU se esforzará por comprender mejor la situación, a fin de ayudar a las administraciones postales a precaverse contra este tipo de problemas y a proteger a sus clientes. Además de la redacción de una resolución provisional sobre la lucha contra el blanqueo de dinero y la financiación del terrorismo, la UPU organizará actividades de cooperación con el Grupo de Acción Financiera (GAFI) y el Banco Mundial para tratar estas cuestiones y se esforzará por obtener el estatuto de observador en las reuniones plenarias del GAFI, así como en las reuniones de sus grupos de trabajo. El GAFI es un órgano intergubernamental, integrado por 29 países y territorios, que tiene por misión luchar contra el blanqueo de dinero. La UPU consultará también a sus países miembros, a fin de fijar objetivos, y proyecta la creación de un nuevo grupo de trabajo del GASP que estaría encargado de las cuestiones relativas a la lucha contra las actividades relacionadas con el blanqueo de dinero y que operaría en coordinación con los servicios financieros postales.

Servicios financieros postales: acceso, confianza y sencillez

Más de 160 Países miembros de la Unión Postal Universal proponen ya servicios financieros postales en for-

mas diversas. Mientras que los volúmenes de envíos de correspondencia comienzan a disminuir y la competencia se intensifica, numerosos servicios de correos explotan nuevas pistas para compensar la caída de los volúmenes y de los beneficios. Los servicios financieros (desde el ahorro a las transferencias interbancarias y desde los contratos de seguro de vida hasta los préstamos) resultan ser una solución viable para muchos de ellos.

Una conferencia sobre los servicios financieros postales, celebrada el 8 de abril de 2003, fue la ocasión para sus participantes de aprender a desarrollar estrategias eficaces para conseguir una parte de mercado en este campo potencialmente lucrativo o incrementar la que ya tienen.

Tener una visión del tipo de servicios financieros que desean ofrecer y elegir el buen copartícipe financiero para concretarla no bastan: las administraciones postales deben también estar a la escucha de una clientela que busca servicios sencillos, comprensibles y de fácil acceso.

«Debido a su extensa red de oficinas de correos y a su reputación como terceros de confianza, los servicios de correos están bien situados para ofrecer servicios financieros tanto en las zonas rurales como en las zonas urbanas», declaró Dirk Berensmann, miembros del Consejo de Administración de Deutsche PostBank AG.

Mientras que la búsqueda del modelo ideal prosigue, Patrick Werner, Director de las clientelas financieras de La Poste Francesa, presenta un conocimiento profundo de la clientela, el profesionalismo y una política diversificada como tres elementos claves de la estrategia de La Poste para los servicios bancarios a los particulares. «Los bancos postales deben, para tener éxito, ser más que un mero establecimiento bancario más en el mercado, dijo. Nuestros servicios están abiertos a todos. Proponemos productos sencillos a tarifas razonables, y nuestras operaciones son transparentes.»

Encomiendas postales:

una orientación cada vez más comercial

Aunque de magnitud inferior a la de los envíos de correspondencia, el sector de las encomiendas es esencial para los servicios de correos. En Europa, por ejemplo, el mercado de las encomiendas representa aproximadamente 30 000 millones de EUR y los servicios de correos figuran entre los principales operadores. Para discutir aspectos comerciales del sector internacional de las encomiendas y de las incidencias de las alianzas

y de las coparticipaciones estratégicas tuvo lugar un seminario sobre el desarrollo de los servicios internacionales de las encomiendas postales durante el CEP de 2003. Los representantes de una 40 países estuvieron presentes.

Intervinientes del correo brasileño, de La Poste francesa y de Parcelforce Worldwide (Gran Bretaña) pusieron en evidencia el tipo de estrategias comerciales adoptadas por sus organizaciones respectivas para asegurar la prosecución de su desarrollo en el sector altamente competitivo de los servicios internacionales de las encomiendas postales. Las tres exposiciones presentadas demostraron claramente la orientación cada vez más comercial de las encomiendas postales.

Representantes de Deutsche Post World Net y del Servicio Postal de Estados Unidos explicaron en qué medida las alianzas y las coparticipaciones podían suministrar a los servicios de correos un medio inestimable de acceder a la tecnología y a las novedades, por ejemplo, el acceso a las tecnologías de seguimiento y de localización, permitiendo al mismo tiempo crear sinergias (p. ej. acceso a una red de transporte y de distribución única).

Los organizadores y los participantes decidieron que las contribuciones de estos cinco intervinientes eran muy útiles para los servicios de correos y servirían de base para el desarrollo de los servicios internacionales de las encomiendas postales.

El transporte, tema de POST-EXPO de 2003

El sector postal explota una de las principales redes de transporte del mundo y necesita los vehículos y las tecnologías más modernas para maximizar la eficacia de la distribución. Por primera vez este año, la conferencia y la exposición sobre las tecnologías postales (POST-EXPO 2003) serán la ocasión de presentar los vehículos más modernos, soluciones en materia de transporte y logísticas de planificación de los trayectos de los principales fabricantes. La UPU organiza de nuevo un foro de las empresas postales con ocasión de POST-EXPO 2003 en Bruselas. La conferencia permitirá a los diversos dirigentes reunirse y discutir sobre estrategias de mercado, marcas y tecnologías utilizadas. Como quiera que Bruselas es la sede de las principales instituciones europeas, la cuestión de la desregulación postal en Europa será abordada también.

POST-EXPO 2003 tendrá lugar en el Centro de Exposiciones de Bruselas del 7 al 9 de octubre de 2003. Más de 130 sociedades privadas y operadores postales presentarán allí soluciones tecnológicas en materia de seguimiento y de localización, de correo híbrido, de franqueo informatizado, de comercio electrónico, de cibercomercio móvil y de clasificación y distribución del correo. Habida cuenta de la cantidad de participantes ya inscritos, los organizadores (UK and International Press Events) prevén que la 7ª edición de POST-EXPO batirá todos los records.

El CEP de 2003 en cifras

En total, 820 delegados, provenientes de 87 países, asistieron a la reunión del Consejo de Explotación Postal de abril de 2003, en Berna. Unos 330 documentos, que representan más de un millón de páginas impresas fueron producidos y distribuidos durante la reunión que tuvo lugar del 31 de marzo al 11 de abril de 2003.

Fotos:

Fig. 1. – Día del Cliente 2003: (De iz. a der.): Ken McKeown, Director de los Mercados de la UPU, Adrian King, de Estrategia Group UK, Eva Hildrum, del Ministerio Noruego de Transportes y Comunicaciones, Charles Prescott, de la Asociación Americana para la publicidad directa, y Mark Niederberger, Experto de la calidad en la Organización Internacional de Normalización.

Fig. 2. – El Presidente del CEP, Carlos Silva (en el centro), acompañado de los dos principales intervinientes en el Foro del CEP 2003: Maanda Manyatshe, PDG del correo de Sudáfrica (izquierda), y Mircea Hartoceanu, Director de Asuntos Internacionales del correo rumano.

Fig. 3. – Creado en 1990, el Grupo de Acción para la Seguridad Postal (GASP), considerado como el padre de los Grupos de Acción de la UPU, celebró su 25ª reunión durante el CEP de 2003. El GASP consta de 61 miembros y 33 países observadores. Los intervinientes siguientes hicieron uso de la palabra durante la reunión (de izquierda a derecha): James Brock, Servicio de Inspección Postal de Estados Unidos, Michael Lauber, Director del Servicio de las encuestas financieras de Liechtenstein (Financial Investigation Unit), Ted Greenberg, Experto encargado de las cuestiones internacionales relativas al blanqueo de dinero en el Departamento de Justicia de Estados Unidos de América (United States Department of Justice), Don Hill, del Servicio de Inspección Postal de Estados Unidos y Presidente interino del GASP para esta reunión y, por último, Jimmy Finlay, Responsable de las cuestiones de blanqueo de dinero en An Post (Irlanda).

Fig. 4. – Buenos días y hasta la vista: Günter Böhm (izquierda), Director de los Asuntos de la UPU en Deutsche Post y Neil Boyer (derecha) Vicedirector del Bureau of International Organization Affairs del Departamento de Estado de Estados Unidos, asistieron en abril de 2003 a su última reunión del CEP antes de su jubilación. Se recordarán las competencias del Sr. Böhm en materia de explotación y su contribución al lanzamiento del Fondo para el Mejoramiento de la Calidad de Servicio. El Sr. Boyer ha desempeñado un papel activo en el seno del Grupo de Alta Nivel y en el establecimiento del Grupo Consultivo. A su lado, Dan K. Ameyo, nuevo Postmaster General del correo de Kenia y nuevo Vicepresidente del Consejo de Explotación Postal.

El FMCS: un modelo de cooperación técnica

Acaba de cumplir dos años y ya se tiene firmemente de pie. Poco a poco, va echando sus dientes. El Fondo para el Mejoramiento de la Calidad de Servicio (FMCS), el más joven de la familia de los programas de cooperación técnica de la Unión Postal Universal, está en pleno crecimiento.

Durante el segundo foro técnico sobre la cooperación, celebrado en Berna en el marco de las reuniones del Consejo de Explotación Postal, en el pasado mes de abril, los delegados pudieron constatar el estado de los progresos realizados por el FMCS desde sus comienzos en abril de 2001.

Hasta el presente, el Consejo Fiduciario, órgano encargado de pilotar los trabajos del Fondo, ha recibido 116 proposiciones de proyectos provenientes de 89 países. En el momento de imprimir este artículo, 92 proyectos emanados de 82 países habían sido aprobados, por un importe total de 7,6 millones de USD. Quince están ya terminados, la duración media de los proyectos viene a ser de once meses.

Así pues, por intermedio del FMCS Namibia está informatizando sus oficinas de correos, Chile mejora la seguridad del correo centrándose en la detección de los estupefacientes y de los explosivos, y la India se dedica a modernizar y a informatizar sus oficinas de cambio. Por su parte, Egipto está en transe de adoptar un sistema de información para el correo certificado, y Kirguistán está instaurando un sistema de medición y control de la calidad.

Estos no son más que algunos ejemplos, pero de extremo a extremo del mundo, los países menos adelantados aprovechan la ocasión que se ofrece a ellos para reforzar la calidad de las operaciones postales nacionales e internacionales y, de este modo, contribuir al mejoramiento global del procesamiento y de la entrega del correo.

La calidad en primer plano

Parte integrante del sistema de los gastos terminales, el FMCS fue creado a raíz del Congreso de Beijing 1999. Tras un período de trabajos intensos para determinar los reglamentos y las disposiciones de este modelo original de cooperación técnica, el CEP aprobó la puesta en marcha del FMCS, y este pudo emprender sus actividades en abril de 2001.

El FMCS que actualmente dispone de 20 millones de USD, tiene por objetivo ayudar a los países en desarrollo a llevar a cabo proyectos que realzan la calidad del servicio postal universal, especialmente del correo internacional. Obtiene su financiación anual mediante un incremento del 7,5% de los gastos terminales pagados por una treintena de países industrializados miembros de la UPU. Los países o territorios beneficiarios – que son 174 – tienen derecho a un importe anual proporcional al volumen de correo internacional recibido en su territorio y proveniente de los países industrializados.

Argentina se sitúa en cabeza con nueve proyectos en su activo. En cuanto a las regiones, son las Américas las que más cuentan: 23 proyectos en total. Africa cuenta con 21, Europa y Asia del Norte con 20, Asia/Pacífico con 13, los países árabes con 9 y los países del Caribe con 6. El presupuesto medio de un proyecto es de unos 82 000 USD.

Como quiera que la calidad figura en primer puesto de los objetivos del FMCS, todo proyecto debe tender al mejoramiento del acceso al correo, a la rapidez y a la fiabilidad del servicio, a la seguridad del correo, a la responsabilidad y al procesamiento de las reclamaciones, a la satisfacción de la clientela o a la concepción e instauración de sistemas de control de los costes y de la fijación de tarifas.

Según Edouard Dayan, miembro del Consejo Fiduciario en 2001–2002 y Presidente del Grupo de Acción de la Cooperación Técnica, el FMCS es un motor importante de la cooperación técnica y refuerza especialmente la solidaridad entre Países miembros de la UPU. «Gracias al FMCS, hemos llevado a países conocidos por sus litigios a trabajar juntos. Constituye un elemento federador, donde la transferencia de las competencias es tan importante como las cantidades concedidas.»

Carlos Silva, Presidente del CEP, comparte esta opinión. Para él, el FMCS constituye «un medio fundamental para reforzar las capacidades de los países en desarrollo, y es esencial para asegurar la construcción de un correo dinámico. ¿Quién habría creído que los resultados llegarían a ser tan palmarios en el lapso de dos años?»

Además del entusiasmo suscitado por el FMCS, han resultado en las sesiones del CEP dos objetivos claves cuya obtención determinará el éxito continuo del Fondo y su eficacia. Por otra parte, ¿qué hacer para que los países en desarrollo cuyas necesidades son cada día más

urgentes se beneficien de un mejor acceso a los fondos disponibles, habida cuenta de la financiación limitada a la que tienen derecho en virtud de los débiles importes de correo internacional tratados en su territorio? Y, por otra parte, ¿qué forma el FMCS adoptará a raíz del Congreso de Bucarest en setiembre de 2004, en el momento en que se decida una nueva estructura de los gastos terminales?

Distribuir el dinero a los que lo necesitan

Aproximadamente la mitad de los países beneficiarios del FMCS ha presentado por lo menos una proposición de proyecto. Sin embargo, otros no han presentado aún ninguno, a pesar de los recursos financieros importantes que esperan destinatarios.

En numerosos casos, no se trata de mala voluntad, como quiera que los importes de que disponen algunos países son pequeños, varios esperan acumular los fondos suficientes para seguir adelante con un proyecto de importancia. Aún hoy, 17 países no disponen de ningún recurso del FMCS, por no haber presentado el conjunto de documentos contables exigidos por la Oficina Internacional para la facturación de las contribuciones.

El Consejo Fiduciario reconoce la importancia de rever la distribución más equitativa de los recursos financieros del Fondo a los países que los necesitan. Esta es la razón por la cual propondrá soluciones al CEP. La creación de un fondo de distribución equitativa que podría asegurar a los países menos adelantados recursos del FMCS más importantes constituye una de las posibilidades que se están examinando.

Proyectos regionales: la unión hace la fuerza

Hasta entonces, ¿deben esperar estos países? En absoluto, dice Donna Peak, Vicepresidenta de las finanzas e inspectora del Servicio Postal de Estados Unidos. La que asumirá, a partir del mes de julio, la presidencia del Consejo Fiduciario en 2003/2004 recuerda a los principales interesados que un proyecto regional puede resultar ser una solución ideal. Por otra parte, se alegra de que se presenten así cada vez más proyectos.

Efectivamente, cuando un país no está en capacidad de comprometerse sólo en la financiación de un proyecto, incluso con la ayuda del FMCS, puede resultar ventajoso para él y para otros países consolidar la financiación para llegar a una meta común.

En este caso, el Consejero Regional de la UPU puede ser un amigo indispensable. Afectados respectivamente en Cotonou (Benin) en Harare (Zimbabwe), en San José

(Costa Rica), en Bangkok (Tailandia), en Santa Lucía (en las Antillas), en Bratislava (Eslovaquia), y por último en El Cairo (Egipto), los siete Consejeros Regionales están al corriente de los proyectos contemplados y pueden ayudar a canalizar los esfuerzos de manera que se beneficien varios países de una misma región.

«La clave, consiste en trabajar concertadamente con el Consejero Regional, destaca la Sra. Peak, pues este último conoce los importes de que dispone cada país de su región, así como los proyectos aprobados. Puede pues ayudar a un país a elaborar un plan individual para la compra, por ejemplo, de material de explotación o de vehículos, o invitar a otros países a beneficiarse de la instalación de un sistema de seguimiento y localización en un país cercano.»

En tal sentido Jan Masák, Consejero Regional basado en Eslovaquia, ha podido reunir a Albania, a Bosnia-Herzegovina, a Croacia, a Serbia y Montenegro y a Eslovenia para la ejecución conjunta de un proyecto tendente a la instalación de los sistemas y del material necesarios para la evaluación diagnóstica de la calidad del correo en estos cinco países de los Balcanes. Ha conseguido convencer a los dirigentes de la necesidad del proyecto y ha obtenido de los operadores postales el compromiso de suministrar los recursos necesarios. Este proyecto, pilotado por PostEurop, ha sido extendido ulteriormente a Rumania.

Cuatro proyectos regionales están actualmente en curso, y otros están en preparación. La Sra. Peak estima que este modelo de cooperación se manifestará más en el transcurso del próximo año.

Se pone de relieve el reparto de los recursos

Las Uniones restringidas como la Unión Postal de Asia y del Pacífico (APPU), PostEurop y la Unión Postal de las Américas, de España y de Portugal (UPAEP) constituyen también intermediarios importantes. Vigilan de cerca el trabajo sobre el terreno y les corresponde gestionar proyectos regionales.

Así pues, la APPU, Singapore Post y ocho administraciones postales desarrollan actualmente un esfuerzo concertado para realizar un proyecto que abarca a ocho países menos adelantados de Asia. La tarea consiste en racionalizar los sistemas de procesamiento internos del correo internacional en Afganistán, en Bangladesh, en Bhután, en Camboya, en Lao (Rep. Dem. Pop.), en las Maldivas, en Myanmar y en Nepal. Se dará también a estos países la capacidad de elaborar notas de entrega y hojas de aviso por ordenador, permitiendo así a las

administraciones postales y a las compañías aéreas asegurar un procesamiento más rápido de las sacas postales provenientes de dichos países.

Para financiar el proyecto, estimado en 227 000 USD, los ocho países han reagrupado sus recursos del FMCS y los altos dirigentes de los correos en cuestión se han comprometido formalmente. Se trata, por otra parte, de un factor clave del éxito de un proyecto. Por su parte, Singapore Post ha recurrido generosamente a su propia cuenta del FMCS para contribuir con 125 800 USD.

«En Camboya, en Lao y en las Maldivas, el correo internacional representa el 85% del conjunto del correo procesado pero, en estos países, es como si el tiempo se hubiera detenido. Los procedimientos de procesamiento del correo necesitan sobremano ser mejorados», indica Gordon Maher, Director de la APPU encargado de la gestión del proyecto.

Un bebé que hay que dejar crecer

Los proyectos exitosos siguen creciendo, y cada vez más países presentan proyectos con objetivos precisos y mensurables. Los países en desarrollo están de acuerdo en decir que el FMCS les permite aportar mejoras al servicio postal nacional e internacional, lo cual no habrían podido hacer de otra manera. Les obliga a interrogarse sobre la necesidad de mejorar el servicio, a fin de prepararse a la competencia y hacer del correo un medio de comunicación viable del que se sienten orgullosos los clientes. Así pues, ¿qué es lo que el futuro reserva al FMCS al acercarse el próximo Congreso? En vista de los prometedores comienzos de un programa tan

joven, un delegado se hizo eco de varios lanzando la siguiente afirmación: «Es un bebé que hay que dejar crecer.»

Este niño tiene aún hermosos años ante él, afirma Jean-Philippe Ducasse, jefe del proyecto FMCS de la Oficina Internacional. El Acta fiduciaria prevé la financiación por los países industrializados hasta el año 2005 y la terminación de los proyectos en su totalidad en 2008. Las normas aplicables a los años siguientes serán determinadas en el próximo Congreso, especialmente el ajuste de los niveles de financiación, la redistribución equitativa de los recursos a los países que más lo necesitan y la posible supresión de algunos países emergentes de la lista de los países beneficiarios.

Por otra parte, las enseñanzas del FMCS serán también tomadas en cuenta por el Congreso cuando se decida acerca de las orientaciones futuras de la cooperación técnica de la UPU, y en especial de la presencia sobre el terreno.

De aquí al Congreso, el FMCS centrará sus esfuerzos en la recogida de resultados concretos que demuestren el impacto de los proyectos completados, los más importantes de los cuales serán objeto de una evaluación sobre el terreno. Por otra parte, se estimulará a los países a que definan y transmitan al Consejo Fiduciario un plan de desarrollo de la calidad que presente los proyectos de cooperación que deban ser financiados a cargo del FMCS.

Para asegurar la perennidad del Fondo, todos los países beneficiarios deben, en efecto, movilizarse, a fin de utilizar sin demora los recursos financieros del FMCS ya disponibles.

La cooperación para el desarrollo: ¿Quién hace qué?

Oficina Internacional

Dirección de la Cooperación para el Desarrollo (DCD)

- Participa en la concepción y en la elaboración de la política de la Unión en materia de cooperación para el desarrollo y asegura su realización.
- Coordina los programas regionales, desarrolla las relaciones con las instituciones financieras, las Uniones restringidas y las instancias de la Unión.
- Inicia y vigila la realización de acciones sobre el terreno.
- Ejerce la secretaría para el GADP, el GACT, el FMCS y la Comisión 3 del CA.
- Supervisa las actividades de los siete Consejeros Regionales y aporta una asistencia técnica prioritaria, especialmente a los países menos adelantados en el marco de proyectos integrados plurianuales (hasta 100 000 CHF por ciclo para la financiación de proyectos de tipo nacional, en función del importe de la aportación financiera aportada por el mismo país beneficiario).

Fondo para el mejoramiento de la calidad de servicio (FMCS)

- Aporta un apoyo financiero a los países en desarrollo cuyos proyectos de mejoramiento de la calidad del servicio postal universal, especialmente del correo internacional, son aprobados por el Consejo Fiduciario.

Consejo de Explotación Postal (CEP)

Grupo de Acción de la Cooperación Técnica (GACT)

- Aporta su apoyo y concurso a la asistencia que proporciona la UPU a los países en desarrollo.
- Examina la realización de los proyectos según los principios adoptados por el CA y el programa establecido por el CEP.
- Estudia otras formas de asistencia técnica.
- Contribuye al mantenimiento y al refuerzo de las relaciones con las Uniones restringidas y prosigue los trabajos que dimanen del GADP desde el punto de vista operativo.

Grupo de Acción para el Desarrollo Postal (GADP)

- Concentra su acción en el aumento de los recursos para la reforma y el desarrollo del correo.
- Ayuda a los países a formular importantes proyectos de inversión, a fin de que sean admisibles por los proveedores de fondos como el Banco Mundial.

Consejo de Administración (CA)

Comisión 3 (Cooperación Técnica)

- Coordina, evalúa y supervisa el conjunto de las actividades de cooperación para el desarrollo realizadas por la UPU.
- Procura que se respeten los principios de la Estrategia Postal de Beijing en materia de cooperación para el desarrollo.
- Integrado por los 41 Países miembros del CA.

¿Cómo asegurar el éxito de una proposición de proyecto?

En dos años, el Consejo Fiduciario no ha rechazado más de 10 proposiciones de proyectos entre las 113 presentadas. La razón principal es la siguiente: los proyectos (mejoramiento del servicio EMS, del correo híbrido, de las encomiendas y de los servicios financieros o desarrollo de nuevos productos postales) no eran, sencillamente, admisibles para el FMCS.

Un proyecto debe:

- versar sobre el mejoramiento de la calidad del servicio de envíos de correspondencia, y por consiguiente del servicio postal universal, en una de las seis categorías siguientes: acceso a los servicios, rapidez y fiabilidad, seguridad, responsabilidad y procesamiento de las peticiones de información, satisfacción de la clientela, concepción y puesta en práctica de sistemas de control de los costes y de la tarificación;
- no sobrepasar el importe disponible;
- indicar en qué medida su puesta en aplicación permitirá mejorar la calidad de servicio, especialmente del correo internacional;
- definir los indicadores de calidad que servirán para medir los resultados del proyecto.

Por otra parte, los jefes de proyecto son estimulados a:

- ponerse en contacto, en caso de necesidad con los expertos competentes de la Oficina Internacional (p. ej. el Centro de Tecnologías Postales si se trata de un proyecto sobre la instauración de IPS);
- aprovechar las mejores prácticas consultando la lista de proyectos similares ya aprobados que se encuentra en la página Internet (www.upu.int);
- ponerse en contacto con el coordinador del FMCS de uno de estos países para obtener informaciones de su parte (los datos correspondientes figuran en la página de Internet);
- comunicarse con el Consejero Regional de la UPU, quien podrá volver a leer, si fuera necesario, la proposición de proyecto antes de su presentación y, en ciertos casos, realizar una misión de asistencia a la formulación de la proposición.

Fotos:

Fig. 1. – Desde abril de 2001, el Consejo Fiduciario del FMCS ha aprobado 92 proyectos emanados de 82 países, por un importe total de 7,6 millones de USD.

Fig. 2. – François Biokou del correo de Benín (a la iz.), habla con Jean-Philippe Ducasse, Jefe del proyecto FMCS en la Oficina Internacional. El correo de Benín ha terminado su primer proyecto FMCS.

Fig. 3. – Los miembros del Consejo Fiduciario para 2003/2004; (de pie, de iz. a d.) Edouard Dayan (Francia), Andrey Melnikov (Rusia), Kazunori Ushida (Japón), Janio Pohren (Brasil) y Miguel Silva e Sá (Portugal). Sentados de iz. a d.: Padma Balasubramanian (India), Tobias Wanzala (Kenia), Donna Peak (Estados Unidos de América) y Sommanago Koutou (Burkina Faso).

Fig. 4. – Según Donna Peak, Presidenta del Consejo Fiduciario, un mayor número de proyectos regionales serán presentados en 2003/2004.

Correo Argentino: la calidad en punto de mira

Con un total de nueve proyectos, tres de los cuales están ya terminados, Correo Argentino es, hasta el presente, uno de los principales beneficiarios del Fondo para el Mejoramiento de la Calidad de Servicio. El correo argentino ha hecho de la calidad de servicio su caballo de batalla. En efecto, es esencial para él mejorar su servicio y el procesamiento del correo, a fin de poder competir con los numerosos operadores privados que inundan el mercado.

Gracias a las subvenciones de un importe que se acerca a los 800 000 USD, Correo Argentino ha realizado algunos proyectos que tienden a mejorar sus operaciones relativas al correo internacional. Estos proyectos han versado principalmente en las medidas siguientes: acelerar la llegada del correo al centro postal de Buenos Aires; desplazar la oficina de cambio nacional al centro de clasificación de Monte Grande; conectar el correo con el sistema de información MARIA* a fin de poder detectar cualquier anomalía relativa al correo internacional que llega y que sale y mejorar la seguridad de esta categoría de correo; mejorar el encaminamiento de los envíos

internacionales, gracias al mejoramiento de los procedimientos de procesamiento claros; establecer un programa de gestión de la calidad; mejorar la seguridad del correo internacional conectando los sistema de información de *Correo Argentino* con los del servicio nacional de aduanas; reducir los plazos de trámite aduanero, procurando que el correo perciba los derechos de aduana por cuenta del Estado.

Los tres primeros proyectos han sido realizados con éxito, y *Correo Argentino* y sus clientes nacionales e internacionales registran resultados positivos. Gracias a estas iniciativas, el correo que llega al centro postal de Buenos Aires antes de las 6 de la tarde ha aumentado en un 30%, lo cual permite a los empleados procesar y despachar antes por la mañana el correo por vía aérea. El plazo necesario para el traslado del correo de la oficina de cambio al centro de distribución ha sido reducido en varias horas al día, y el correo necesita actualmente algo menos de dos días, en lugar de algo más de tres días, desde el momento del depósito, para llegar a la oficina de cambio. Por otra parte, los proyectos en cuestión han permitido una reducción de los costes del transporte.

Foto:

Gracias a los proyectos realizados, el correo que llega al centro postal de Buenos Aires antes de las 6 de la tarde ha aumentado en un 30%, lo cual permite a los empleados empezar antes las operaciones de procesamiento y de expedición.

* *Mathematical Analysis of Route Irregularities in the Air Transport of Mail (MARIA)* (Sistema de análisis matemático de las irregularidades de clasificación por rutas en el transporte del correo aéreo).

Apartados de correos en Benin

Para numerosos habitantes de Cotonou, ciudad de 2 millones de habitantes y sede del Gobierno de Benin, el acceso a los servicios postales es más una cuestión de proximidad.

Según su objetivo de hacer del apartado postal el medio de distribución privilegiado de correo, el correo de Benin continúa instalando, en la periferia de la ciudad, baterías de apartados de correos para servir mejor a la clientela.

Recientemente, una ayuda financiera de 32 000 USD aportada por el FMCS ha permitido al correo de Benin añadir 1000 apartados en las zonas dormitorio de Cotonou y proveerse de una motocicleta para asegurar la distribución del correo. Mil apartados adicionales se han obtenido también en el marco de un proyecto integrado plurianual, lo cual ha aumentado el número de apartados postales en la ciudad hasta 34 000.

Foto:

Gracias a la instalación de apartados de correos en las zonas dormitorio de la ciudad, son numerosos los habitantes de Cotonou que ya no necesitan recorrer 15 kms. o más para recibir su correo.

En esta ciudad en plena expansión, como en el resto del país, los apartados postales constituyen el medio de distribución más eficaz. Como quiera que la entrega a domicilio es costosa, el correo espera, de aquí a 2006, poder relegarla al olvido. Aprovechará las bajas voluntarias y las jubilaciones para cambiar el modo de distribución progresivamente.

François Biokou, Director de los Servicios Postales y Financieros del Servicio de Correos y Telecomunicaciones de Benin, afirma que se necesitarían 1500 apartados suplementarios, así como otra motocicleta para atender adecuadamente las necesidades de los clientes. No obstante, reconoce el claro éxito de esta reciente iniciativa. Además de permitir al servicio de correos entregar el 95% del correo prioritario el día siguiente de su llegada a la ciudad, la instalación de nuevos apartados postales brinda a los clientes un mejor acceso a los servicios postales, y esto en un ambiente de seguridad.

.
.

.

El correo ucraniano ofrece sus mejoras

Con una superficie total de 603 000 km², Ucrania es el segundo país más grande de Europa oriental. Alberga una población de casi 49 millones de habitantes que expiden más de 323 millones de cartas y no mucho menos de 6 millones de encomiendas postales cada año. El servicio postal ucraniano procesa también unos 16 millones de giros postales y 786 millones de periódicos al año. Muchas de estas cartas y encomiendas son enviadas certificadas.

El encaminamiento de todo este correo en el interior y fuera del territorio no deja de encontrar dificultades. Al correr de los años, problemas de transporte, especialmente la carencia de vehículos postales, han ocasionado varias veces retrasos en la distribución del correo certificado. Incluso algunos envíos han desaparecido en ruta.

Ukrposhta, el correo ucraniano, que es una empresa del Estado ha decidido agarrar al toro por los cuernos. Gracias a los 468 000 USD obtenidos a través del Fondo para el Mejoramiento de la Calidad de Servicio, *Ukrposhta* ha podido dar curso a su proyecto de 1,6 millones de dólares lanzado en 2002 y que debía estar terminado en 2004. En realidad, se trata del primer proyecto multifásico aprobado por el Consejo Fiduciario.

La primera fase consistía en desarrollar un sistema de identificación informatizado para asegurar el control y el seguimiento de los envíos certificados a partir de etiquetas de saca con código de barras. Los códigos de barras se están ensayando actualmente en Kiev, donde dos problemas especiales han sido identificados: el procesamiento del correo sufría con frecuencia un día de retraso, y la distribución del correo se situaba por debajo de las normas de ejecución. Gracias a los códigos de barras, el correo ucraniano podrá vigilar las cosas desde más cerca y aportar a la red las mejoras necesarias.

La segunda fase del proyecto consiste en mejorar las capacidades de archivo e intercambio de datos con las demás administraciones postales para controlar mejor las entradas y salidas de correo internacional.

Por último, *Ukrposhta* va a instaurar un sistema de control diagnóstico, a fin de medir la ejecución del servicio del correo ordinario.

Gracias a la automatización de los procesos y a la informatización de los sistemas, el correo espera reducir el número de disfunciones que afectan al correo certificado, mejorar los plazos de encaminamiento, reducir el número de quejas y de reclamaciones de los clientes y hacer que la red sea más segura y más fiable.

Fotos:

Fig. 1. – «El proyecto cofinanciado por el FMCS nos permitirá mejorar nuestra calidad de servicio en un sentido que favorecerá el crecimiento de nuestra empresa en un contexto de competencia creciente y de liberalización del mercado.» Vasyl Mukhin, Director General de *Ukrposhta*.

Fig. 2. – *Ukrposhta* tiende a reducir el número de disfunciones que afectan al correo certificado, a mejorar los plazos de encaminamiento y a elevar el nivel del servicio a la clientela.

México, Chile y Uruguay: control diagnóstico en curso

La Unión Postal de las Américas, de España y de Portugal (UPAEP) dirige un proyecto con miras al establecimiento de normas de calidad en Chile, en México y en Uruguay mediante material de control diagnóstico. Esta iniciativa, cuyo coste asciende a unos 120 000 USD y que es realizada en el marco de la instauración progresiva del control continuo de la calidad del servicio internacional por la UPU, es el primer proyecto regional financiado por el FMCS en las Américas.

El control diagnóstico permite registrar las principales etapas del proceso de encaminamiento del correo entre las administraciones postales de origen y de recibo. Permite también a los responsables postales determinar la duración del almacenamiento del correo en el país de origen, el plazo de encaminamiento del correo así como la duración de su almacenamiento en un lugar dado antes de su distribución. Las administraciones postales pueden así registrar mejor los problemas de calidad y resolverlos mediante medidas específicas.

Se han realizado estudios sobre el terreno en cada uno de los países participantes, a fin de determinar la importancia del equipo necesario y el mejor emplazamiento para su instalación. El material debería estar instalado y ser operativo entre junio y setiembre de este año. Según Edwin Viscarra, Jefe de Proyecto de la UPAEP, los primeros resultados deberían estar disponibles en octubre.

Brasil, que utiliza ya este equipo en sus instalaciones de Río de Janeiro y de São Paulo, entrará en la fase de mantenimiento del material en el transcurso de este año, El correo argentino está también interesado, pero obtendrá su equipo en el marco de otro proyecto del FMCS.

Se espera que, a plazo, todos los Países miembros de la UPAEP aplicarán el sistema de evaluación de la UPU con miras al establecimiento de normas de calidad que permitan mejorar el servicio y elevar el nivel de la imagen del servicio postal en el mercado.

Reforma postal y financiación: apostar por la diversificación

Para iniciar una reforma postal, son necesarios recursos financieros y se necesitan muchos. Como quiera que la asistencia técnica ya no es suficiente, la Oficina Internacional, en colaboración con el Grupo de Acción para el Desarrollo Postal (GADP), se esfuerza, desde hace ya algún tiempo, por sensibilizar a las instituciones internacionales y regionales de financiación en lo que respecta al formidable papel que desempeña el correo en la economía nacional. El objetivo consiste en incitar a apoyar una reforma y una modernización del sector postal en los países que las necesitan. Ahora bien, a pesar de los importantes progresos realizados hasta hoy, en especial ante organismos tales como el Banco Mundial, la obtención de financiación por los países en desarrollo (PED), donde la reforma se impone sigue siendo un obstáculo considerable entre otros. *Union Postale* pidió al Sr. Moussibahou Mazou, Vicedirector General de la Oficina Internacional de la UPU que hiciera el balance sobre la cuestión.

Los PED tienen más dificultades en obtener una financiación para sostener sus proyectos postales que los países industrializados (PI) ¿Por qué?

Los problemas provienen de que los gobiernos no dan suficiente importancia al sector postal, pues otros problemas más prioritarios movilizan con frecuencia su atención y sus recursos. Por otra parte, el mismo correo debe convencer a los principales interesados acerca del papel esencial que desempeña en la economía de un país, pues como quiera que los medios modernos de comunicación (télécoms e Internet) retienen la atención, la aportación del correo a la economía de un país no es tan visible como la de otros sectores estratégicos tales como las telecomunicaciones.

¿Se trata pues de un problema de imagen?

Sí. También hay otros actores en el mercado que ofrecen medios de sustitución rápidos. Claro está que los servicios de correos tienen una ventaja frente a los competidores, es decir una red de distribución extensa, nacional y mundial, pero además se necesita que esta red ofrezca un servicio de calidad a los clientes, sobre todo a las empresas que son cada vez más exigentes.

La imagen del correo es a veces mala, con razón o sin ella, porque la población ha tenido que aguantar durante mucho tiempo un correo malo. Si éste, gracias al concurso de la comunidad internacional y a la voluntad política de los mismos países, consigue mejorar la calidad de su servicio, su imagen va a mejorar también. Pero además de mejorar la labor, también hay que hacerlo saber.

Nueve de los 15 proyectos actualmente apoyados por el Banco Mundial conciernen a Africa. ¿Existe una mayor voluntad de modernizar los servicios postales en dicho continente que en otros lugares?

Hay efectivamente una movilización, pero a pesar de los nueve proyectos señalados, yo diría que aún no son suficientes. Según nuestra evaluación, la reforma sería necesaria en todos los países de Africa. Algunos países han realizado las transformaciones necesarias, pero este proceso debe ser continuo. Si existen casos de éxito, es gracias a la insistencia de la UPU y de las Uniones restringidas; estas últimas siguen sensibilizando a los gobiernos acerca de la necesidad de elevar la calidad de los servicios de correos en dicho continente, pues ahí es donde el eslabón es débil. De los 49 países menos adelantados del mundo, 34 se encuentran en Africa. Afortunadamente, se observa que las autoridades políticas empiezan a reaccionar de manera positiva.

¿Ha sido la financiación un tema abordado con ocasión de su reciente viaje a Nigeria?

La acción que interesa a los países de Africa del Oeste y no sólo a Nigeria, es la realización de un proyecto común a los países de la Comunidad Económica de los Estados de Africa del Oeste (CEDEAO). Se trata de un proyecto subregional de encaminamiento por carreta. De las dos grandes rutas previstas, una de ellas, a partir de Nigeria, permitirá encaminar el correo hasta Côte d'Ivoire (Rep.). Es un proyecto importante y, con ocasión del último Consejo de Explotación Postal, diez de los países interesados se comprometieron a utilizar sus recursos del FMCS para realizar un estudio de factibilidad. Este es un paso hacia adelante, pero una vez terminado el estudio, habrá que realizar el proyecto, y es ahí donde necesitaremos la ayuda de las instituciones financieras regionales de Africa del Oeste y quizá del Banco Mundial. Contamos

con el apoyo político de las secretaría de la CEDEAO para convencer a los bancos regionales de que financien este proyecto, que tendría un impacto considerable en las relaciones sociales y económicas entre los países de la subregión.

En su opinión, ¿de qué manera los PED pueden mejorar su situación?

Los mismos países se esfuerzan en tal sentido. En el marco de los proyectos integrados plurianuales, a los que la UPU contribuye con 6 millones de CHF, los países beneficiarios suministran un importe suplementario de unos 2 millones de CHF. En lo que concierne a la reducción de las distancias que separan a los PI de los PED, es urgente que estos últimos apuesten por la cooperación horizontal, pues hay un acervo de conocimientos y de pericia en dichos países que debe ser compartido. Por último, como quiera que el personal constituye la verdadera riqueza de los servicios de correos, es necesario también esforzarse con miras a mejorar los recursos humanos. Hay que transformar la cultura de empresa y motivar al personal para que se sienta preocupado.

¿Cuál puede ser la contribución de los Países Industrializados?

El FMCS como medio de financiación es una prueba innovadora y ejemplar de solidaridad activa por parte de los mismos. Desde sus comienzos, se han movilizado ya 27 millones de USD; es importante para llevar adelante la lucha a favor del mejoramiento de la red del sistema postal.

Por otra parte, estimo que la transferencia de las tecnologías en beneficio del mejoramiento de la calidad de servicio, tal como es gestionada por el Centro de Tecnologías Postales de la UPU, constituye también un esfuerzo importante para reducir la distancia entre los países desarrollados y los PED.

¿Qué pueden hacer, además de la financiación, los PI para aumentar las oportunidades de éxito en los PED?

La creación de coempresas o de otras formas de coparticipación entre los servicios de correos de los países desarrollados y los de los países en desarrollo contribuiría a difundir la pericia y a sentar la viabilidad de las empresas postales en dichos países. Además de realizar actividades que compiten con las de los PED y las fragilizan, la creación de coempresas y de coparticipaciones constituiría una verdadera política de cooperación solidaria a favor de la red postal mundial. Hay países en Africa,

en el Maghreb especialmente, que han creado servicios por expreso en los cuales los capitales provienen de PI y de los PED, y ello funciona. Hay que multiplicar esos ejemplos para que haya una verdadera cooperación en vez de asistencia.

¿Existe algún PED que haya sido especialmente hábil en obtener una financiación? ¿Qué enseñanzas puede uno sacar de este éxito?

En primer lugar se trata de una voluntad política. En el 99% de los casos, los servicios de correos son aún propiedad del Estado. Es pues necesario que el Estado haga lo que otros han hecho, como Tanzania (Rep. Unida). En este ejemplo bien conocido, cuando el Banco Mundial quiso contribuir únicamente a la financiación del sector de las telecomunicaciones, el Gobierno insistió en el carácter complementario de los dos sectores. Porque este país lo convenció acerca de la necesidad de modernizar el correo, el Banco Mundial aceptó concederle recursos financieros. Otros países han convencido al Banco Mundial para que haga lo mismo, pero deberían todos seguir este ejemplo.

Pese a los progresos ya realizados ¿se podrá concienciar más a los países acerca de la necesidad de realizar la reforma postal?

Creo sinceramente que sí. Desde el Congreso de Washington de 1989, no cesamos de decir que hay que dar la autonomía de gestión administrativa y financiera a los servicios de correos para que éstos se transformen al mismo tiempo que conserven la misión de servicio público. Al terminar dicho Congreso, aproximadamente el 40% de los países habían realizado su reforma. Actualmente, llegamos a un porcentaje de un 70%, si se considera a los países donde ha sido realizada o se ha iniciado. Así pues, es necesario ser optimista, y creo que el próximo Congreso va a mantener como prioridad la reforma postal.

El promedio acordado a la reforma postal por el Banco Mundial sería estadísticamente inferior a un millón de dólares. ¿De qué otras fuentes de financiación disponen los PED?

Los Bancos regionales se interesan por el desarrollo de los medios de comunicación. Pero se necesita además que se les presente un dossier convincente. Gracias a los proyectos integrados plurianuales de la UPU, se pueden ya iniciar estudios de factibilidad muy modestos, a partir de los cuales las autoridades pueden interesar a los

bancos regionales. El GADP, cuyas iniciativas merecen ser alabadas, contribuye a sensibilizar las instituciones financieras sobre la importancia del sector postal.

La diversificación permitiría resolver los problemas de financiación en los PED, pero convendría también que los gobiernos se esforzaran. Pocos gobiernos tienen

los medios de financiar ellos mismos su programa de reforma postal. El apoyo de los gobiernos es con frecuencia necesario para que las empresas postales obtengan medios de financiación en forma de préstamos en condiciones relativamente favorables en las instituciones regionales.

Fotos:

Fig. 1. – El Sr. Moussibahou Mazou, Vicedirector General de la Oficina Internacional de la UPU.

Fig. 2. – El Vicedirector General de la Oficina Internacional de la UPU, Sr. Moussibahou Mazou (derecha) ha sido el primer jefe superior de la UPU que se ha trasladado a Nigeria desde la adhesión de dicho país a la UPU en 1961. Aquí, con el Sr. Mazou con ocasión de su visita a fines de marzo de 2003, el Ministro de Estado encargado de las comunicaciones en Nigeria, Sr. Alhaji Haruna Adegunle Elewi. El Sr. Mazou se entrevistó también con representantes de la Comunidad Económica de los Estados de Africa del Oeste (CEDEAO) e invitó a esta región de Africa a apoyar el mejoramiento de los servicios postales en Africa del Oeste.

Fig. 3. – Convencer al regulador del papel esencial que desempeña el correo en la economía de un país: he aquí el desafío que deben afrontar las empresas postales de los países en desarrollo.

Bucarest se prepara

Cuando aún faltan quince meses para la inauguración del Congreso Postal Universal de 2004, los preparativos siguen adelante en Berna y en Bucarest.

Agenda y elecciones

El Congreso de 2004, que debería empezar el 15 de setiembre y terminar el 5 de octubre, abarcará un período de catorce días y medio de trabajo, es decir algo menos que los diecisiete días y medio del Congreso de Beijing de 1999.

Los nuevos miembros del Consejo de Administración y del Consejo de Explotación Postal serán elegidos el 29 de setiembre y las reuniones constitutivas de ambos Consejos tendrán lugar el 4 de octubre.

Los cargos de Director General y de Vicedirector General serán también conferidos el 29 de setiembre de 2004 a raíz de la jubilación de los Sres. Thomas E. Leavey y Moussibahou Mazou, al final de sus dos mandatos de cinco años. Las candidaturas de estos dos cargos deben llegar a la Oficina Internacional antes del 14 de julio de 2004. Hasta el presente, tres candidatos se han manifestado. El Sr. Carlos Silva, Inspector General de la Administración postal de Portugal y Presidente del Consejo de Explotación Postal, y el Sr. Edouard Dayan, Director de los asuntos europeos e internacionales de La Poste francesa han anunciado su candidatura al puesto de Director General. El Sr. Huang Guozhong, Director General de la administración postal de China (Rep. Pop.) y Presidente del Consejo de Administración, es candidato al cargo de Vicedirector General.

Menos documentos y más tiempo para los debates

Para simplificar los trabajos del Congreso, la Oficina Internacional intenta reducir considerablemente la cantidad de documentos producidos y ha invitado a los Países miembros a que limiten sus proposiciones a textos esenciales para los tratados. La Oficina Internacional ha preparado una lista de menos de 50 documentos, cantidad ésta muy inferior a los 90 documentos del Congreso de Beijing.

Como conferencia de plenipotenciarios que es, únicamente el Congreso puede modificar y aprobar los tratados, es decir, la Constitución, el Reglamento General, el Convenio y el Acuerdo relativo a los servicios de pago del correo. Habida cuenta de la reformulación del Convenio, que contendrá únicamente puntos esenciales para los tratados, se estima que el número de proposiciones tendentes a modificarla resultará sensiblemente

reducido. Por consiguiente, las Comisiones del Congreso que tratan las proposiciones de modificación de las Actas tendrán menos sesiones que en el Congreso de Beijing y, como quiera que el nuevo proyecto de convenio será dos veces más corto que el Convenio de Beijing, el número de proposiciones de modificación debería ser mucho menor que en el pasado Congreso.

La Oficina Internacional hará todo lo posible para asegurar que las resoluciones que emanen del Congreso de Bucarest de 2004 atañan a cuestiones de importancia estratégica y de política general de alto nivel en vez de a detalles de procedimiento, pues estos últimos deben ser tratados por los Consejos. Si se sigue este principio, el número de resoluciones, de decisiones y de recomendaciones que se sometan al Congreso de Bucarest para ser adoptadas será muy inferior a las 115 producidas con ocasión del congreso de Beijing.

Plazo de presentación de las proposiciones para el Congreso

La fecha límite de recepción de las proposiciones en la Oficina Internacional es el 14 de marzo de 2004, es decir por lo menos seis meses antes del Congreso. Las proposiciones sometidas en el intervalo comprendido entre seis y cuatro meses antes del Congreso sólo serán admitidas si son apoyadas por dos administraciones por lo menos, mientras que las recibidas en el intervalo comprendido entre cuatro y dos meses antes del Congreso deberán ser apoyadas por ocho administraciones por lo menos. No se admitirá ninguna proposición que llegue menos de dos meses antes del Congreso. Las proposiciones relativas a la Constitución o al Reglamento General deberán, sin embargo, llegar a la Oficina Internacional el 14 de marzo de 2004 a más tardar.

Hacia una nueva estrategia postal

Por su parte, el Grupo de Planificación Estratégica ha establecido la agenda de las actividades de planificación estratégica hasta el Congreso de 2004. Diversos informes, incluida una evaluación de la aplicación de la Estrategia Postal de Beijing y un análisis externo del entorno postal, están en curso de preparación. El proyecto de estrategia postal estará terminado en febrero de 2004 y será presentado en los períodos de sesiones del CEP y del CA del mismo año. Ulteriormente, será objeto de debate en una sesión plenaria especial del Congreso y constituirá la nueva Estrategia Postal Mundial para el período de 2005–2008.

Adhesión al Pacto mundial: el PNUE lanza un llamamiento a los servicios de correos

Los servicios de correos reconocen actualmente el impacto significativo de sus actividades en el entorno. No escatiman sus esfuerzos para reducir este impacto explotando vehículos eléctricos y carburantes de sustitución, participando en programas de reciclaje, utilizando productos respetuosos del entorno y organizando campañas de sensibilización respecto de cuestiones ambientales, gracias a emisiones de sellos de correos. ¿Pueden acaso hacer más? Sí, estiman los representantes del Programa de las Naciones Unidas para el Entorno (PNUE).

Durante un coloquio sobre el correo y el entorno que se celebró en el pasado mes de marzo, el Dr. Cornelis Theunis van der Lugt de la División «Tecnología Industria y Economía» del PNUE, invitó a las administraciones postales a adherirse al Pacto mundial lanzado en julio de 2000 por el Secretario General de la ONU, Sr. Kofi Annan.

Actualmente, cuando la mundialización suscita cuestiones relativas a los derechos humanos, al trabajo y al entorno, el Pacto mundial tiende a promover el compromiso social de las empresas en favor de una economía mundial duradera y abierta a todos.

Las empresas que se adhieren al Pacto son estimuladas a tomar iniciativas en materia de responsabilización en el campo de la protección del entorno.

Por ahora, La Poste francesa y TPG (Correo Real de Países Bajos) forman parte del Pacto, y el PNUE espera poder acoger a otras organizaciones postales. El Equipo de Proyecto «Correo y Entorno» (EP CE) de la UPU ha decidido por otra parte desarrollar esfuerzos para movilizar una mayor participación.

Los servicios de correos deben tomar conciencia de las ventajas inherentes a su contribución en favor del entorno, declaró Petra Heinecke, Responsable del servicio de protección del entorno en el seno de Deutsche Post AG

y Presidenta del EP CE. Además de las ventajas económicas que presenta la adopción de soluciones ecológicas en los procesos de explotación diarios, permiten mejorar la imagen de marca de los correos ante un público que desea tratar con empresas que se preocupan por la protección del entorno. Adherirse al Pacto es un buen medio para los correos de demostrar su compromiso.

Durante su exposición, el Sr. Graham Minton, del World Wide Fund for Nature (WWF), evocó lo que los servicios de correos pueden hacer en materia de desarrollo sostenible. Según el WWF, los servicios de correos deberían esforzarse por realizar economías de energía en el sector del transporte, por reducir las emisiones de dióxido de carbono (CO²), por concebir y utilizar embalajes más eficaces, por administrar mejor los locales y mejorar las normas de protección del medio ambiente. Deberían, según el Sr. Minton, esforzarse por explotar, en la medida de lo posible, fuentes de energía de sustitución.

Numerosas administraciones siguen ya las medidas recomendadas por el PNUE y el WWF, y el EP CE se alegra por ello. Sin embargo, este último se niega a descansar sobre sus laureles. Se ocupa actualmente de la actualización de la política de protección del entorno adoptada por la UPU en 1994, a fin de que sea posible aprobarla durante la próxima reunión del Consejo de Explotación Postal, en octubre. La página «Protección del Entorno» de la página Web de la UPU contiene ya toda una serie de informaciones útiles que serán actualizadas con regularidad. Estas enseñanzas abarcan una lista de direcciones de personas con las que cabe ponerse en contacto para las cuestiones medioambientales en cerca de 100 administraciones postales. El Equipo de Proyecto espera que esto ayudará a los servicios de correos a intercambiar valiosas informaciones sobre sus actividades respectivas para poder alcanzar resultados concretos a escala mundial.

Fotos:

Fig. 1. – Habiéndose comprometido a explotar un parque automovil económico en materia de energía, la sociedad Royal Mail utiliza centenares de vehículos tales como este que figura en la foto, que funciona con gas de petróleo licuado (GPL), para mejorar la calidad del aire en las grandes ciudades. En el marco de otras prácticas respetuosas del entorno, el correo se esfuerza por reducir la utilización de la energía y del agua, gracias al control de sistemas elegidos en más de 400 lugares. Evalúa también las cantidades de CO₂ emitidas por cada 1000 envíos distribuidos.

Fig. 2. – (De iz. a d.) Graham Minton, Jefe de Marketing en World Wide Fund for Nature, Petra Heinecke, Presidenta del Equipo de Proyecto «Correo y Entorno», y el Dr. Cornelis Theunis van der Lugt, de la División «Tecnología, Industria y Economía», intercambian ideas durante el 4º coloquio sobre el correo y el entorno.

Fig. 3. – «Aunque Royal Mail quiere ser más rentable y aumentar el valor de su marca, la empresa no tiene la intención de descuidar consideraciones sociales y medioambientales en beneficio de sus necesidades comerciales. Nuestro objetivo, consiste en hacer valer nuestra responsabilidad en materia de protección del entorno y nuestro compromiso para con el desarrollo sostenible», dijo Charles Tucker, Responsable del servicio de protección del entorno de Royal Mail Group. También fue el presentador con ocasión del coloquio.

Masaharu Ikuta, Presidente del correo de japonés

La Agencia nacional de los servicios postales de Japón se convirtió en una empresa pública el 1 de abril de 2003, a raíz de la aprobación por el Parlamento de una serie de proyectos de ley tendentes a transformar el servicio postal nacional en una empresa competitiva y rentable. El nuevo correo de Japón deberá obtener beneficios sin dejar de asegurar la prestación del servicio postal universal a los 126 millones de habitantes que viene a tener el país. Sacar a flote el servicio de envíos de correspondencia, que ha registrado pérdidas importantes estos últimos tiempos, es una de las grandes tareas que esperan a la nueva sociedad, con la gestión eficaz de los gigantescos servicios de ahorro y de seguro de vida del correo que, con más de 360 billones de millones de JPY (es decir con 2 billones de millones de USD) en depósito hasta en las sucursales rurales más remotas, se considera como el mayor banco del mundo.

Al frente de la nueva empresa postal se encuentra el Sr. Masaharu Ikuta, antiguo presidente de la segunda mayor compañía de navegación de Japón, que goza de una reputación de ardiente reformador.

Union Postale: Procedente del sector privado, ¿cómo ve usted sus nuevos compromisos? ¿Cuáles son sus prioridades?

Masaharu Ikuta: Fue para mí una gran sorpresa que me propusieran la presidencia de una nueva empresa pública después de tantos años pasados en el sector privado. Sin embargo, estimo que mi experiencia me será útil. Dirigir esta nueva gran sociedad es una enorme responsabilidad y es precisamente esto lo que me estimula y respalda mi firme determinación.

Mi consigna es «creatividad». El nuevo correo japonés no retrocederá ante ningún esfuerzo de creatividad para servir mejor a la clientela. Estamos resueltos a volver a ser lo que fundamentalmente somos, es decir una industria de servicios y a actuar de la mejor manera para estar a la altura de las esperanzas de nuestra clientela. Nuestro primer objetivo consiste en demostrar que el correo de Japón ha cambiado verdaderamente, y para mejorar.

Las sociedades y las economías evolucionan y se transforman sin cesar. A fin de cumplir exitosamente con sus obligaciones, los organismos del sector público o privado deben esforzarse por prever eficazmente los

cambios. De no ser así, quedarán rezagados con respecto a los demás. A principios de los años 90, cuando la «burbuja económica» estalló, el país no supo verdaderamente reaccionar ante las transformaciones que experimentaba el entorno, y aún hoy encuentra dificultades para instaurar un nuevo sistema económico. Japón debe proseguir sus reformas estructurales para volver a dinamizar su economía, y la reforma postal ocupa un lugar importante en este esfuerzo nacional.

El Comité gubernamental encargado de la reorganización del servicio postal japonés ha adoptado un plan de gestión a plazo medio para el período de 2003–2006. Personalmente, estimo que la reforma estructural debería concentrarse en un período bastante corto. En efecto, en definitiva, el proceso resultará menos doloroso y más fructífero. Proyecto dividir el primer ejercicio cuatrienal del correo de Japón en dos períodos. El primero será de importancia capital, pues los efectos de una reforma se dejan generalmente sentir uno o dos años después. Empezaremos aplicando nuestro plan a plazo medio tan pronto como sea posible y actuaremos lo mejor que podamos para llevarlo a cabo dentro de los límites del plazo fijado que es de dos años.

Union Postale: ¿Cuáles son sus objetivos de gestión y cómo va usted a conciliar las obligaciones propias de una empresa pública con las exigencias de rentabilidad de un negocio comercial?

Masaharu Ikuta: Me preguntan con frecuencia cómo se pueden conciliar las especificidades de una empresa pública y la obligación legal de autonomía financiera. Yo respondo siempre que en esto reside lo esencial de mi tarea. Y creo que esto será posible si realizamos los tres objetivos de gestión que nos hemos fijado.

En primer lugar deberíamos volver a dinamizar y explotar plenamente nuestra red de oficinas de correos, las cuales figuran en primer plano en lo tocante a la prestación de los servicios. Y como quiera que estas oficinas son importantes puntos de convergencia en todas las localidades, es tanto más importante que sirvan de vitrina a lo que ofrecemos.

En segundo lugar, deberíamos separar y explotar según el principio de autofinanciación cada uno de nuestros tres servicios básicos (envíos de correspondencia, ahorro y seguro de vida). Para ello es necesario que aumentemos la productividad y mejoremos aún más

cada servicio. Creo que debemos dar mayor importancia al marketing y también rever nuestras tarifas y nuestros productos postales, a fin de satisfacer las exigencias de la clientela.

En tercer lugar, debemos hacer de modo que todos, en el correo de Japón, comprendan bien los objetivos que la empresa persigue, definiendo estrategias comerciales y de gestión a corto y medio plazo y estableciendo estrictas agendas para su aplicación. Es de importancia vital que trabajemos todos codo con codo para alcanzar los objetivos fijados en nuestro enunciado de misión y en nuestro código de usos.

Quiero hacer del correo de Japón una organización transparente, fácil de comprender y que inspire confianza. Por consiguiente, en materia de gestión, destacaremos la transparencia y el reparto de responsabilidades. Quisiera poder tener disponible un máximo de informaciones, a fin de inspirar mayor confianza a la clientela. Paralelamente, me esforzaré por actuar de modo que cada empleado se sienta motivado por la certidumbre de tener ante sí un brillante porvenir.

Union Postale: ¿Cómo ve usted evolucionar el servicio de envíos de correspondencia?

Masaharu Ikuta: Nuestro servicio de envíos de correspondencia estaba en las cifras rojas al final del ejercicio financiero de 2002, y esto es algo a lo que tenemos que poner remedio. Para ello, debemos concentrarnos en lo que quiere el cliente. Debemos también preguntarnos cómo mejorar en algunos sectores claves tales como los plazos de distribución y el acceso a los servicios, y crear nuevos productos.

Debemos obrar de modo que nuevos productos y servicios sigan siendo populares y competitivos frente al aumento de la competencia. Estudiamos actualmente varias nuevas posibilidades de oferta a nuestra clientela. Hemos extendido ya el alcance de nuestro servicio de distribución D+1, y nuestros carteros ya venden también nuestros productos y recogen el correo. Además, puede ser que nos asociemos con sociedades privadas para satisfacer las necesidades de la clientela profesional que desea delegar por concesión la expedición de su correo de empresa. Vamos a aprovechar nuestro nuevo sistema de inversión para realizar los acuerdos necesarios para la prestación de un servicio completo de publicidad directa.

Anteriormente, las tarifas postales eran reglamentadas por el Estado. Actualmente, el correo de Japón debe someter sus proposiciones de tasas revisadas a la

aprobación del gobierno. Ello nos da más flexibilidad y nos permite adaptarnos mejor a las necesidades del mercado.

Union Postale: Parece ser que el método utilizado para hacer más eficaz el servicio de envíos de correspondencia se inspira en el aplicado por la firma Toyota. ¿Por qué haber elegido este modelo y cuáles son los puntos comunes?

Masaharu Ikuta: Creo que en lo que concierne al procesamiento del correo, tenemos mucho que aprender de la eficacia de las cadenas de producción de Toyota. Esta es la razón por la cual proyectamos introducir la técnica de los flujos tendidos en el procesamiento del correo para mejorar la productividad. Estudiamos actualmente los medios para racionalizar la explotación, garantizar su eficacia y evitar los retrasos inútiles. Sin embargo, los empleados no serán obligados a trabajar como máquinas. Cabe destacar que la filosofía del sistema Toyota se basa en una concepción «humana» del trabajo. No se puede esperar aumentar la productividad sin respetar a las personas y sus necesidades. No dudo de que nuestro personal se beneficiará del tiempo ganado racionalizando el procesamiento y estoy seguro de que la idea será bien acogida. Espero que podremos también aprovechar los métodos de Toyota en otros sectores.

Union Postale: ¿Van a seguir siendo explotadas juntas las tres actividades esenciales del correo que son el correo, el ahorro y el seguro de vida? ¿Cuáles son las perspectivas de futuro a este respecto?

Masaharu Ikuta: Nuestra fuerza reside en nuestra capacidad de asegurar la prestación de cada uno de sus servicios en un solo y mismo punto de contacto. No volveremos a abordar esto, pero vamos a intentar mejorar la sinergia que existe entre cada una de estas actividades. Estoy convencido que además de la organización vertical tradicional, la gestión de cada actividad debe ser examinada íntegramente desde un punto de vista «horizontal», y debemos también determinar cómo asociar de la mejor manera posible cada una de estas actividades con las demás. Para ello, he constituido una unidad de planificación, así como comités para los recursos humanos, las adquisiciones, etc., que estudiarán de cerca todos los campos de actividad y los medios para asociarlos entre ellos.

Ya no es una sinecura rentabilizar los servicios de correo en un entorno cada vez más competitivo. En lo que concierne a los servicios de ahorro y de seguro de

vida, tengo el placer de decir que van bien, pero tampoco debemos dormirnos sobre nuestros laureles, pues este tipo de actividad sigue siendo tributario de la fluctuación de las tasas de interés. Es de importancia capital que administremos de manera responsable nuestros fondos y gestionemos nuestras inversiones.

Union Postale: ¿Cuáles van a ser los efectos de la reforma y de la intensificación de la competencia en la red actual de oficinas de correos y en la prestación del servicio universal? ¿Va a cambiar esto la naturaleza específica de la oficina de correos japonesa, que se sitúa en el mismo centro de la vida comunitaria?

Masaharu Ikuta: Como empresa pública, el correo de Japón tiene obligaciones, y sus empleados conservarán su estatuto de funcionarios. Pero al mismo tiempo, debemos aplicar conceptos y métodos de gestión que convienen a una empresa privada. Estimo que este estilo de gestión de tipo liberal aportará cambios apreciables que mejorarán la calidad de servicio. Y creo que la competencia tendrá en el correo japonés el mismo efecto que en las demás empresas, lo incitará a trabajar mejor.

Pero, claro está, somos también conscientes del papel de servicio público que debemos seguir desempeñando. En realidad, estamos legalmente obligados a asegurar la prestación del servicio universal y mantener la red de oficinas de correos. Cierta número de oficinas de correos de aldea y de pueblo se han fusionando recientemente. Pero estas medidas de racionalización no impiden al correo de Japón seguir ejerciendo papel social para con el público, sirviendo de enlace, gracias a su red de oficinas de correos, entre la población y los servicios administrativos locales.

En las zonas rurales, especialmente, no es raro que la oficina de correos, además de sus actividades principales, supla las infraestructuras comunitarias. Espero poder mantener este excelente lazo relacional. Por desgracia, debemos evaluar con precisión el coste de la prestación del servicio universal en la gestión de toda la empresa.

Union Postale: ¿Cómo va usted a conseguir que los 300 000 empleados del correo de Japón adopten una filosofía más comercial del trabajo?

Masaharu Ikuta: Todas las personas que trabajan en el correo de Japón van a tener que cambiar de filosofía y pensar en la rentabilidad, sin lo cual no seremos competitivos. No basta con cambiar la razón social para crear una nueva sociedad: a partir de ahora incumbe a cada uno

buscar y encontrar medios para conseguir que la empresa funcione bien. ¿Cómo hacer para que nuestro servicio sea más atractivo y más satisfactorio para el cliente? He aquí el tipo de pregunta que debemos hacernos, y ello desde el punto de vista del cliente y no de quien presta el servicio que somos nosotros.

Ya he dicho a los empleados que el éxito de la reforma postal depende de que cada uno de ellos adopte una actitud positiva y dinámica. Tengo la intención de introducir un nuevo sistema de evaluación del personal, a fin de poder recompensar con equidad los esfuerzos y el éxito de cada uno. Mi objetivo consiste en convertir el correo de Japón en un lugar de trabajo aún más gratificante para todos. Nuestros jóvenes empleados han elegido la expresión «servicio *makkou*» como divisa de nuestra nueva sociedad, lo cual significa «franco y sincero». Esta opción es ya una prueba de su actitud positiva.

Estoy convencido de que los empleados desean globalmente adaptarse a su nueva organización. Hasta el presente, ésta era más bien burocrática y jerarquizada. Pero actualmente se hace más flexible y estimula la iniciativa. Vamos a crear vías de comunicación directa entre la empresa y sus empleados en todo el país, y estamos dispuestos a adoptar las buenas ideas que se les ocurran.

Union Postale: Los aproximadamente 360 billones de millones de JPY depositados o colocados en fondos de ahorro y de seguro de vida sirven principalmente para financiar proyectos públicos por intermedio de organismos parapúblicos. ¿Seguirán estando disponibles estos fondos para esos programas?

Masaharu Ikuta: Es exacto que el correo de Japón dispone de unos 360 billones de millones de JPY de activos financieros (240 en fondos de ahorro y 120 en fondos de seguro de vida) que sirven para financiar programas de desarrollo nacionales. Personalmente, estimo que sería de desear, si lo autorizara una nueva legislación, que dispusiéramos de un sistema que permitiera invertir una parte de esos fondos en títulos y en acciones, así como en los mercados monetarios y financieros. Pero esto no es posible en el marco de la legislación actual.

Esta cuestión sigue estrechamente vinculada a la política macroeconómica del gobierno, a las finanzas y al presupuesto del Estado, etc., y a este respecto podría ser que el gobierno tome en cuenta en el futuro los activos postales.

Union Postale: El correo de Japón intenta también implantarse en el extranjero y estimula las alianzas con empresas privadas. ¿Cuáles son sus objetivos en este campo?

Masaharu Ikuta: Desde mi nombramiento, he tenido la ocasión de visitar los servicios postales de numerosos países, y he llegado a la conclusión de que las oficinas de correos desempeñan aproximadamente el mismo papel por doquier en el mundo. He deducido de ello que deberíamos poder unir nuestras fuerzas con éxito en el mercado internacional. Pero para ello, primero es necesario que el correo de Japón mejore su competitividad, a fin de posicionarse en un mercado cada vez más mundializado y liberalizado. Proyecto enviar cada año cierto número de jóvenes empleados a trabajar en empresas postales extranjeras, a fin de que adquieran una experiencia internacional. Me gustaría también

establecer relaciones de negocios más privilegiadas con las administraciones postales de los demás países.

En lo que concierne a las alianzas con empresas del sector privado japonés, seguiremos buscando aperturas ventajosas y rentables para ambas partes.

Union Postale: ¿Qué hace usted en su tiempo libre?

Masaharu Ikuta: En realidad, no tengo mucho tiempo libre en este momento. Pero cuando lo tengo, la jardinería me sirve de descanso, especialmente el cultivo de rosas. Me gusta también andar: ello me ayuda a pensar y a hacer surgir nuevas ideas. También leo mucho. Mis temas favoritos son la historia de Japón y de China. Más recientemente, he empezado una colección de vehículos postales en miniatura del mundo entero. Ya tengo más de un centenar, expuestos en mi despacho. Ello añade un toque pintoresco a la decoración.

Asegurar la distribución del correo por doquier a toda costa

La mayoría de los habitantes de zonas urbanas desarrolladas están acostumbrados a ver al cartero mientras efectúa su reparto diario a pie, en bicicleta, en motocicleta o en automóvil. Sin embargo, en numerosas regiones rurales y aisladas del mundo, la distribución del correo no es siempre tan sencilla y los empleados postales deben con frecuencia hacer esfuerzos especiales para que todos los clientes reciban su correo, cualquiera que sea el lugar donde viven. El presente artículo versa sobre dos regiones del mundo donde el correo es distribuido de manera poco convencional...

En hidroavión sobre un Mar Báltico helado

Alrededor de Estocolmo, la capital sueca, el mar está salpicado por 24 000 islas, rocas y escollos que forman una de las zonas costeras más hermosas de Europa. Entre dichas islas, sólo 150, aproximadamente, están habitadas todo el año, pero la región se puebla mucho más en verano. En invierno, el Mar Báltico está helado y el archipiélago de Estocolmo puede estar cubierto por 20 centímetros de hielo durante la mayor parte del invierno.

En Suecia, existen aproximadamente 2600 itinerarios postales en zona rural, incluidos los del archipiélago de Estocolmo. El servicio postal rural se considera generalmente como el servicio «faro» del correo sueco y es muy apreciado. A comienzos del siglo XX, el correo era distribuido a pie en el archipiélago cuando el hielo era suficientemente espeso. Más tarde, se lanzaba desde un avión en paracaídas. De 1948 a 1977, el correo era transportado por helicóptero, y después por hidroavión. Cuando el archipiélago no está bloqueado por el hielo, el correo se distribuye por barco.

Preparación de los repartos diarios

Pronto por la mañana, en la oficina de clasificación de Hemmesta sobre Värmdö, en los suburbios de Estocolmo, el cartero Jan Kennebäck clasifica el correo que debe ser distribuido en el archipiélago.

«Distribuimos las cartas y las encomiendas en el archipiélago cinco días por semana. Además, nuestras ventanillas están abiertas tres días por semana, y efectuamos la recogida del correo y la distribución de los periódicos», precisa el Sr. Kennebäck.

Carga el correo en un automóvil y recorre aproximadamente 40 kilómetros hasta el puerto de Sollenkroka, en

la punta extrema de Värmdö. Allí es donde se encuentra con el capitán Peter Ivanoff y su hidroavión. El correo es cargado a bordo, y los repartos del día pueden comenzar.

«Ya he ido a tres islas pronto por la mañana para llevar correo a algunas oficinas de correos» precisa el Sr. Ivanoff.

Servicio especial para los habitantes de zonas aisladas

El termómetro señala -8 grados. El hidroavión avanza a lo largo de las bahías heladas y cubiertas de nieve abriéndose paso a través del hielo. Progresa a una velocidad regular de 30 nudos (aproximadamente 60 km./h.). El motor emite un sonido agudo, y los dos hombres llevan un casco insonorizador.

«El reparto recorre 63 millas marinas (120 km.). Nos detenemos diez veces para distribuir el correo a aproximadamente 80 hogares. En verano, el archipiélago está mucho más poblado», indica el Sr. Ivanoff.

El correo de la mayoría de las aproximadamente 11 000 personas que viven en el archipiélago todo el año es encaminado por los transbordadores regulares. Pero aquí, en el centro del archipiélago se presta un servicio especial para los habitantes de las zonas aisladas hasta donde no llegan los transbordadores. «Hay pocos habitantes en estos lugares y pocos transbordadores a lo largo de todo el año. Esta es la razón por la cual efectuamos la distribución del correo de esta manera», explica el Sr. Kennebäck.

Al acercarnos a Norra Stavsudda, en el centro del archipiélago, divisamos a los usuarios que esperan recibir su correo y poder utilizar los servicios de ventanilla prestados a bordo del hidroavión.

«El servicio postal funciona perfectamente», precisa Sture Hedegard, cuyas palabras son confirmadas por Ann Brisius, una cliente. Esta muestra el anuario de la asociación profesional de Stavsudda, en el cual ella ha rendido homenaje a los carteros de la región.

«Tenemos los mejores carteros del mundo. Gracias a ellos, yo puedo recibir mis cartas y mis encomiendas, pagar mis facturas y enviar mi correo», dice ella.

Jan Kennebäck sonríe. Sabe que sus clientes lo aprecian. «Lo más agradable en este trabajo, es la libertad, la variedad y la posibilidad de encontrarse con los usuarios. Es también maravilloso poder constatar la manera

como los paisajes cambian según las estaciones. Sin embargo no me gusta ni la niebla ni el viento; dificultan mucho la distribución del correo.»

Una acogida calurosa en la última parada...

La distribución se efectúa en cinco horas aproximadamente. La última parada ha tenido lugar en Gällnönäs, donde vive Margaretha Jonasson, de 87 años. En su cocina, ofrece café y panecillos a Jan Kenneböck y a Peter Ivanoff.

«Nací aquí. Antiguamente, vivíamos de la pesca y del cultivo de las fresas. Actualmente, nos ganamos la vida alquilando casas a los turistas. Muchos habitantes de la región trabajan por su cuenta en numerosos sectores de actividad diversa», indica Margaretha Jonasson.

Todo el correo ha sido distribuido, y es hora de irse. Los dos hombres dirigen el hidroavión hacia su puerto de amarre. Jan Kenneböck está cansado, pero le gusta apasionadamente su trabajo.

A caballo por los Alpes suizos

En Lauenen, un pequeño pueblo de 700 habitantes situado cerca de la estación de esquí de Gstaad, una quincena de casas quedan frecuentemente aisladas del resto del mundo por una espesa capa de nieve. Durante días y días, el cartero Willi Addor y su fiel cabalgadura Cyrano son los únicos visitantes.

El Sr. Addor empezó su carrera en el correo en 1962, época en la cual aún no existían verdaderamente calles en Lauenen. Provisto de esquís de fondo y de una lámpara frontal, se veía obligado a llevar su pesada mochila llena de correo para llegar hasta las casas en la ladera de la colina. Más tarde se alistó en el ejército suizo, en caballería, donde aprendió a montar a caballo. Cuando la caballería fue disuelta en 1967, compró un caballo del ejército, Camadra, para ayudarlo en sus repartos. Camadra murió en 1990. Desde entonces, Cyrano se ha convertido en el fiel colega de trabajo del Sr. Addor. La red viaria de Lauenen se ha desarrollado, y el Sr. Addor puede actualmente efectuar la mitad de su reparto en un vehículo todo terreno pero sigue utilizando su caballo para llegar hasta las casas menos accesibles.

Un trabajo arriesgado

Montar a Cyrano en condiciones peligrosas no es siempre tarea fácil. Antes de colocarle piezas de caucho en

los cascos, el caballo tenía tendencia a resbalar por las carreteras heladas, con la consiguiente caída del jinete. Más de una vez, el Sr. Addor ha tenido que ayudar a Cyrano a liberarse de los montones de nieve.

«Montar a caballo cuando hay una espesa niebla es más difícil aún. A veces sólo veo las estacas anaranjadas que sobrepasan el nivel de la nieve en la orilla de la carretera, explica el Sr. Addor. Si no estuviera dispuesto a afrontar cierto nivel de riesgo, no haría este trabajo, nada apropiado para las personas impresionables.»

Un lazo vital con el mundo exterior

La minúscula oficina de correos en el centro del pueblo es un punto de encuentro apreciado por el público y constituye un lazo vital con el mundo exterior. La mayoría de los habitantes pagan todas sus facturas en la oficina de correos cuyos negocios van bien. El cartero parece estar seguro de conservar su empleo durante los siete próximos años, es decir hasta su jubilación.

«Los habitantes de los caseríos remotos tienen tendencia a comprar mucho por correspondencia porque les resulta difícil trasladarse a la ciudad. Debo distribuir los catálogos y las mercancías que encargan», explica el Sr. Addor.

«Nos alegramos de poder beneficiarnos de estas distribuciones porque ello nos evita tener que bajar al pueblo para recoger nuestro correo», precisa Armide Addor, la cuñada del cartero.

Willi Addor se siente orgulloso de su servicio de distribución a domicilio. Incluso a enseñado a su caballo a subir por los peldaños que conducen hasta las casas de campo y a volver a bajarlos retrocediendo después de la entrega. Y, contrariamente a lo que sucede a los carteros que efectúan su reparto a pie, no tiene problemas con los perros.

Después del reparto de la mañana, el Sr. Addor devuelve a Cyrano a la cuadra. Allí, lo limpia y seca con un puñado de paja y le da un pienso bien merecido en forma de avena servida en un cubo de champaña, como muestra de respeto por este caballo principesco.

El archipiélago de Estocolmo: artículo y fotos: Lennart Nivesjö.

El cartero de Lauenen a caballo: artículo y fotos: Julie Hunt (Swissinfo).

Un día de invierno como los demás

La llegada de la primavera habrá sido seguramente un alivio para el cartero Ted Carnell y sus colegas, que en invierno han afrontado vientos violentos y temperaturas de -30°C en el transcurso de sus repartos en Saint-Jean (Terranova, Canadá). Los habitantes de Terranova y los de Labrador han debido afrontar los elementos desbocados. En efecto, las nevadas récord han cubierto hileras enteras de buzones comunitarios, los poderosos vientos han empujado un avión de Purolator estacionado hasta un hangar, y las lluvias y las inundaciones han obligado a evacuar el conjunto de los habitantes de la ciudad de Badger. Pese a ello, la distribución del correo ha sido efectuada sin sensible interrupción.

Fuente: Performance, Sociedad Canadiense de Correos

Fotos:

Fig. 1. – El cartero recorre los canales y las bahías heladas y cubiertas de nieve del archipiélago de Estocolmo para encaminar el correo hacia su destino final.

Fig. 2. – El cartero rural Jan Kennebäck y el capitán Peter Ivanoff intercambian el correo a bordo del hidroavión, con miras a su distribución en las zonas aisladas del archipiélago de Estocolmo.

Fig. 3. – El hidroavión se utiliza para encaminar el correo y permite también prestar servicios de ventanilla a bordo.

Fig. 4. – El cartero Jan Kennebäck en marcha para trasladarse a casa de un cliente.

Fig. 5. – Willi Addor, de Lauenen, el único cartero a caballo de toda Suiza, sale para efectuar sus repartos.

Fig. 6. – La oficina de correos del pueblo de Lauenen: un lazo vital con el mundo exterior.

La satisfacción de la clientela como consigna Ouagadougou (Burkina Faso)

País saheliano enclavado, Burkina Faso está situado en el corazón de África Occidental y comparte sus fronteras con Côte d'Ivoire (Rep.) al Suroeste, Ghana y Togo al Sur, Benín al Sureste, Malí al Noroeste y Níger al Este. Su situación geográfica central, sin apertura al mar, constituye a la vez uno de los principales obstáculos para el desarrollo económico del país y una ventaja, pues Burkina Faso sigue siendo una encrucijada de intercambios de la subregión, especialmente en las relaciones entre los países sahelianos enclavados y los países costeros.

Ouagadougou, capital política y económica del país, se encuentra en la altiplanicie central y tiene aproximadamente un millón de habitantes. Centro administrativo y comercial en plena expansión, la ciudad ha cambiado mucho estos últimos años y acoge manifestaciones internacionales de gran envergadura, tales como el Festival Panafricano del Cine, que es la mayor cita cinematográfica de África y el Salón Internacional de la Artesanía de Ouagadougou, la más importante manifestación artesanal del continente. El correo de Burkina Faso se aprovecha generalmente de estos acontecimientos mediáticos para organizar exposiciones filatélicas y presentar sus nuevos productos.

Una clientela variada

La apertura de la oficina de correos principal de la capital, conocida con el nombre «OUAGADOUGOU Oficina Principal» o «OUGA RP», coincide con el comienzo de la instauración del servicio postal en Burkina Faso, a fines de los años 30, en la era colonial, en una época en que el correo formaba parte integrante de la administración colonial francesa. En 1987, el servicio de Correos y Telecomunicaciones, y, diez años después, la Sociedad Nacional de Correos, SONAPOST, fue creada con el nombre de una sociedad de Estado.

La instalación de la Oficina Principal en sus locales actuales data de 1963, tres años después de la proclamación de la independencia del país. La oficina de Correos, situada en el corazón comercial y administrativo de la ciudad, se beneficia de una situación privilegiada y atrae una clientela variada, integrada por hombres de negocios, comerciantes, personal de bancos, embajadas y ONG y de funcionarios, pero también de estudiantes, particulares y

misioneros que han seguido siendo fieles a SONAPOST a pesar de la competencia en el mercado postal.

El edificio de la Oficina Principal, de cuatro pisos, tiene un aspecto imponente. Las ventanillas ocupan la planta baja. El 1er. piso alberga las oficinas del Director General y de su secretaría, así como el centro de cheques postales; en el 2º piso se encuentra el centro de giros postales y en el 3er. piso están instalados los servidores de las diversas aplicaciones informáticas.

El Centro Nacional de Clasificación está también en el edificio de la Oficina Principal. Además del procesamiento del correo, están instaladas aquí las baterías de apartados de correos para recoger y depositar el correo, SONAPOST y OUAGA RP en particular no efectúan distribución a domicilio.

Nuevos servicios propuestos en las ventanillas

Cuando el cliente franquea la puerta de entrada de la Oficina Principal, lo primero que le sorprende son las bandejas de flores que decoran la entrada del local de ventanillas. Esta decoración floral procede de la voluntad afirmada del personal de acoger bien al cliente y de infundirle el deseo de quedarse allí. Dieciocho ventanillas proponen las prestaciones postales tradicionales, desde el franqueo de los envíos hasta la emisión y el pago de los giros postales, pasando por el pago a la vista de los cheques postales y el depósito y la entrega de las encomiendas, con excepción de las operaciones financieras de ahorro, que han sido transferidas a los locales de la Caja Nacional de Ahorro. También es en este último lugar donde fue instalado un Cibercorreo a finales del mes de abril.

SONAPOST fue creado en 2002, en el marco de su política de diversificación de la gama de las prestaciones, un servicio informatizado de transferencia rápida de fondos en el interior del país y al extranjero, denominado TELIMAN Mandat express. Este servicio, muy apreciado por la clientela, fue extendido en enero de 2003 al conjunto de las oficinas de correos del país. Otros servicios de valor añadido completan estas prestaciones: Western Union, el sistema de transferencia rápida de fondos y el servicio EMS/Chronopost internacional. Por otra parte, se está estudiando un proyecto de informatización de las ventanillas.

Al servicio del cliente

El cliente espera por término medio de cinco a siete minutos ante las ventanillas, las largas filas de espera son bastante raras en OUAGA RP. Todos los empleados de ventanilla han seguido previamente una formación de empleado de explotación en la Escuela Nacional de Correos, institución donde son también impartidas formaciones para cada nuevo producto disponible en ventanilla.

Achille Compaore, inspector de las ventanillas desde hace un año, verifica la regularidad de las operaciones, interviene para dar informaciones específicas a un cliente y decide acerca de la apertura de las ventanillas suplementarias en función del tiempo de espera de la clientela. Puede también intervenir si un empleado encuentra una dificultad en la ejecución de una operación. Cuando le preguntan si está satisfecho de su trabajo, constata que, SONAPOST se esfuerza mucho por adaptarse al contexto postal actual de liberalización y de competencia. A modo de ejemplo, menciona el servicio TELIMAN y afirma que sus empleados trabajan lo mejor que pueden para hacer del servicio de giros por expreso un éxito ante la clientela.

Reconoce también que las condiciones de trabajo en el clima de relativa sequía típica de esta región sudanohariana son muy difíciles. Sería necesario que el local de las ventanillas estuviera climatizado, pero esta solución resulta costosa, pues el precio de la electricidad es muy elevado. La dirección estudia sin embargo, la factibilidad de esta operación y, entre tanto, ha instalado ventiladores para subsanar esta insuficiencia. Achille Compaore, sigue siendo optimista y sabe que puede llegar a ser administrador si aprueba los diversos concursos profesionales.

Las posibilidades de carrera son reales. Un ejemplo probatorio es el camino recorrido por el Administrador de OUAGA RP, Olivier Some. Después de una formación en la Escuela Nacional de Correos, donde obtuvo el diploma de empleado de oficina, empezó en ventanilla en una oficina provinciana, lo cual le permitió familiarizarse con la organización y el funcionamiento del correo. Después, no ha cesado de ascender grados de la jerarquía postal. Ha ejercido diversos cargos de responsabilidad y ha sido sucesivamente administrador de una oficina provinciana, empleado del centro de cheques postales, encargado de la inspección de las oficinas de correos durante once años, antes de ser destinado al Centro Nacional de Clasificación, y después nombrado administrador de la oficina de correos de Bobo-Dioulasso, la segunda ciudad del país. Son sus cualidades y su experiencia (veintinueve años de servicio) las que le han valido para ser llamado a la administración de la Oficina Principal de Ouagadougou.

Al asumir la mayor responsabilidad de OUAGA RP, su papel consiste en dirigir el funcionamiento de la oficina de correos, en formar a los empleados, en vigilar para la buena gestión de las ventanillas, en recibir a los grandes clientes y en procesar las reclamaciones.

Organiza periódicamente reuniones, administra la oficina de correos de manera participativa y asume el papel de animador a la escucha de los clientes y de sus colaboradores. Cree en la viabilidad de SONAPOST a pesar de la agresividad de la competencia y afirma que conoce las necesidades de la clientela: «Los clientes están actualmente dispuestos a pagar más por un servicio de muy elevada calidad, y los empleados de ventanilla, sensibilizados a este aspecto, trabajan lo mejor que pueden para ofrecer un servicio a la altura de las esperanzas de la clientela, pues la consigna consiste en que ésta esté satisfecha.»

El correo de Burkina Faso en cifras

Número de habitantes:	12 millones
Oficinas de correos	71
Número de empleados:	753
Población atendida:	6 millones
Centros de clasificación:	2
Número de apartados de correos atendidos	27 000
Número de envíos postales distribuidos al año:	5 millones

Fotos:

Fig. 1. – Un correo ciclista en gira recoge y distribuye el correo destinado a los pueblos situados en un radio de 30 kms. de una oficina de correos.

Fig. 2. – OUAGADOUGOU Oficina Principal.

Fig. 3. – Vista del local de ventanillas y de la publicidad para el nuevo servicio de giros por expreso TELIMAN.

Fig. 4. – Empleados de ventanilla atienden a clientes en OUAGA Oficina Principal.

Fig. 5. – El Administrador principal, Olivier Some, habla con dos colaboradores.

Fig. 6. – Empleados de correos en el Centro Nacional de Clasificación, única oficina de cambio del país.

Foro filatélico

La calidad se refleja también en los sellos

La calidad del servicio postal se articula alrededor de varios criterios, entre los cuales figura el acceso a los servicios, la rapidez y la fiabilidad de los envíos, la seguridad del procesamiento del correo, la satisfacción de la clientela, la aplicación de sistemas de control de los costes, la normalización de la disposición de las direcciones postales y la transferencia de las tecnologías. Este es uno de los objetivos fundamentales de los servicios de correos y de la Unión Postal Universal (UPU), y será también el tema del nuevo sello de servicio emitido por La Poste suiza el 9 de setiembre de 2003. Se trata de la octava emisión de sellos de servicio, la primera data del 16 de setiembre de 1957. Los sellos de servicio de la primera edición representaban el monumento de la UPU en Berna, del escultor René de Saint-Marceau, así como Pegaso, el caballo con alas de la mitología griega, una escultura del cual adorna el edificio de la Oficina Internacional de la UPU.

El sello se servicio

¿Pero qué se entiende exactamente por sello de servicio? El sello de servicio es utilizado para el franqueo de la correspondencia de las administraciones, de los organismos públicos o de las organizaciones internacionales. Está exclusivamente reservado al franqueo de los envíos que emanan y salen de dichas entidades. Los particulares y los coleccionistas pueden adquirir sellos de correos de servicio, pero no tienen el derecho de utilizarlos para franquear envíos postales que salen de una oficina de correos ordinaria en el país emisor.

La Oficina Internacional de la UPU, como organización internacional, no tiene el estatuto de una administración postal y por consiguiente no puede producir o vender sellos de correos que lleven su nombre. La Poste suiza, previa consulta con la UPU para buscar un tema

y la oportunidad de una emisión, es quien se encarga de la concepción y de la impresión y quien determina la emisión global, la repartición de los sellos de servicio y la fecha a partir de la cual el público puede ser informado. Los aspectos técnicos, tales como los valores y la elección del impresor de seguridad, le incumben también.

Los sellos de servicio están exclusivamente reservados al franqueo de los envíos depositados en la Oficina Internacional. Pueden sin embargo ser ofrecidos a los visitantes de la sede de la UPU y vendidos por La Poste suiza a los coleccionistas, a los empleados, a las administraciones postales extranjeras que representan oficialmente a Suiza en su país, así como a las oficinas filatélicas y a los negociantes suizos.

El dinamismo del mundo postal

La concepción de un sello de servicio se debe a Daniel Dreier. Reúne varios símbolos: el fondo de un solo tono azul, representa la extensión, el infinito, y por consiguiente la prestación de un servicio de calidad absoluta. La carta y el movimiento vago que la acompaña simbolizan el dinamismo del mundo postal en constante evolución. La letra «Q» designa la primera letra de la palabra «Qualité» («Calidad») en varias lenguas (alemán, inglés, italiano, francés, etc.), y su forma redonda ilustra el globo terrestre y la universalidad de la calidad de servicio. Además de la designación nacional «HELVETIA» y del valor de franqueo en cifras, el sello contiene las menciones «Timbre de service» («sello de servicio») y «Union postale universelle» («Unión Postal Universal»).

Cada uno de los sellos de servicio emitidos desde 1957 relata, a su manera, la historia de la organización y pone de relieve un aspecto particular de su misión y del trabajo de sus empleados.

Para obtener más amplias informaciones:
maria.libera@upu.int.

Fotos:

Fig. 1. – El sello de servicio en su octava y más reciente edición.

Figs. 2 y 3. – Los primeros sellos de servicio emitidos en 1957.

Union Postale

Fórmula de suscripción

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

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

Suscribo _____ abono(s) anual(es)

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

Tarjeta de crédito: American Express Visa Euro/Mastercard

Número de la tarjeta

Fecha de caducidad

Nombre del titular

Apellido

Nombre

Dirección postal

Ciudad

Código postal

País

Firma

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

Directora jefa de la publicación: Juliana Nel
Redactor jefe: Rhéal LeBlanc
Redactor adjunto: Jérôme Deutschmann
Secretaria de redacción: Gisèle Läubli
Fotógrafo interno: Alexandre Plattet
Suscripción: Antoine Bezençon: publicaciones@upu.int
Impresión: Benteli Hallwag Druck AG, Berna
Otras lenguas: alemán, árabe, chino, francés, inglés y ruso
Dirección: *Union Postale*, Bureau international, Union postale universelle, Case postale, 3000 BERNE 15, SUIZA
Teléfono: (+41 31) 350 33 10
Fax: (+41 31) 350 31 77
E-Mail: rheal.leblanc@upu.int

Las opiniones expresadas en los artículos publicados en la revista no son necesariamente las de la UPU.
Los artículos publicados en *Union Postale* pueden ser reproducidos indicando su fuente: © Union Postale de la UPU