

Número 4/2005

Octubre

Noviembre

Diciembre de 2005

UNION POSTALE 4

En este número...

Página

Cubierta

Con frecuencia se dice que los empleados son el factor principal de una empresa. La afirmación se aplica muy especialmente al mundo postal, este ambiente en el cual actúan más de 5 millones de personas a escala mundial. Para prestar un servicio de calidad, los dirigentes de empresas postales como las de Dinamarca y Hong-Kong, China entre otras, saben que una comunicación eficaz con el personal debe formar parte de las actividades cotidianas

Prólogo

Union Postale, una revista apreciada

2

Cartas a la redacción

Los lectores comparten opiniones, consejos e ideas

3

Apuntes

Ojeada a las actividades de la UPU y del sector postal

5

Estadística postal

Ojeada al panorama postal

8

Cuestión de comunicación

El correo de Hong-Kong: relacionar a las personas y estimular los intercambios

10

Diálogo con los dirigentes postales

Helge Israelsen, Presidente-Director General de Post Danmark

12

Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información

El sector postal hace hablar de él

15

Simposio postal: lo que dijeron

17

Rúbricas

Manifestaciones postales

POST EXPO 2005 – El «prêt-à-porter» del mundo postal

18

Concurso internacional juvenil de composiciones epistolares 2005

19

El 9 de octubre celebrado por doquier en el mundo

22

Uniones restringidas

Plena luz sobre la Conferencia de Correos de Africa Occidental y la Unión Postal de Euroasia

23/24

Derecho a la comunicación

El correo paquistaní llama a la solidaridad

25

En el ojo del ciclón: USPS mantiene la comunicación entre los habitantes

27

Una Oficina de correos bajo los proyectores

La oficina de correos de Ballarat (Australia)

30

Foro filatélico

La innovación mediante el sello

32

Salvo indicación contraria, los términos Director General y Vicedirector General utilizados en *Union Postale* se refieren al Director General y al Vicedirector General de la Oficina Internacional de la UPU.

Union Postale: una revista apreciada

A juzgar por los resultados del cuestionario difundido al comienzo del 2005, *Union Postale* responde a lo que los lectores esperan. Más del 95% de las personas interrogadas – 342 cuestionarios devueltos, lo cual representa una tasa de respuesta global de más del 10% – estiman que la revista les informa convenientemente acerca de los trabajos de la organización, mientras que un porcentaje similar encuentra que *Union Postale* explora temas de actualidad. El ochenta por ciento de los lectores están completamente de acuerdo en que el contenido de la revista es equilibrado (buena variedad de temas y representación regional adecuada).

En lo tocante a las rúbricas, «Apuntes» es apreciada por el 94% de los lectores. «Derecho a la Comunicación» que relata los esfuerzos desarrollados por los correos para asegurar el servicio a raíz de las catástrofes naturales o en período de conflictos, recoge el favor del 87% de las personas que respondieron al cuestionario. Las rúbricas «Oficinas de correos bajo los proyectores» y «Diálogo con los dirigentes postales» son apreciadas respectivamente por un 86% y un 81% de los lectores. Por último, «Foro filatélico» es leída por el 60% de las personas encuestadas.

La mayoría de los lectores, de una edad que se sitúa entre los 30 y los 50 años trabajan en el sector de los negocios o de las relaciones internacionales (25%) o de las operaciones postales (21%). El dieciséis por ciento

forman parte del personal administrativo. Un poco más del 52% de las personas que hojean la revista provienen del sector de los operadores postales, mientras que el 12% provienen de los ministerios y el 11% del sector de los reguladores. El cuarenta y cinco por ciento de los lectores consagran más de una hora a la lectura de *Union Postale*, y el 74% dicen que leen todos o la mayoría de los artículos.

Ante estos resultados alentadores, estimamos que vamos por la buena vía. La redacción se compromete, sin embargo, a mejorar continuamente el contenido y la apariencia de la revista, que ya en 2006 podría experimentar una ligera cura de rejuvenecimiento, cuyo objetivo consistirá en conseguir que la revista sea más dinámica, a fin de comunicar mejor. Comunicar para motivar, estimular, engendrar nuevas ideas, realizar los objetivos fijados: he aquí un campo en el que los correos realizan grandes esfuerzos, sobre todo con los miembros de su personal, factor principal de toda la entidad que evoluciona en un ambiente cada vez más competitivo y liberalizado. En las páginas siguientes, el correo danés y el correo de Hong Kong nos comunican sus enseñanzas. Por lo demás, véase cómo gracias a su propio esfuerzo de comunicación con ocasión de la reciente cumbre de la ONU celebrada en Túnez, el sector postal está robusteciendo su posición en el seno de la sociedad de la información.

La redacción

El buzón

Exito de Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información: los delegados de la UPU se expresan

En la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información (CMSI), organizada en noviembre pasado, los representantes de Correos Canadá estuvieron encantados de formar parte de la delegación de la UPU y de participar en su pabellón. Los delegados resultaron impresionados por la gestión de Canadá, que se ha asociado con el sector privado para instaurar un servicio y una infraestructura rentable que permita a los servicios gubernamentales ofrecer prestaciones en línea. Deseaban saber aún más sobre la manera cómo el sello postal electrónico es utilizado y se mostraron muy interesados por el hecho de que se trata de un servicio postal oficial, regido por las normas y Reglamentos de la UPU, y ofrecido por varios correos. La mayoría de los delegados partían del principio de que las actividades de los correos se limitan a la distribución del correo físico. Resultaron pues impresionados por la apertura actual de los correos a los servicios electrónicos así como por la demostración de los servicios electrónicos de diversos correos en el pabellón de la UPU.

Simon Ely, Director,

Comunicaciones Electrónicas Protegidas, Correos Canada

La CMSI constituyó una excelente ocasión para Postal Corporation of Kenya de presentar su proyecto sobre la tecnología VSAT. Las tecnologías electrónicas presentadas por el Correo Tunesino, South African Post Office, Correos Canadá, Poste Italiana y La Poste Francesa nos interesaron mucho. Las administraciones postales de Mauritania y de Ruanda manifestaron un gran interés por la plataforma VSAT, estimando que podría resolver los problemas de conexión en sus países respectivos. Proyectamos, pues intercambiar ideas sobre esta materia.

Catherine Njeru, Directora, Nuevos productos,
Postal Corporation of Kenya

Acciones de solidaridad de los miembros de la comunidad postal

La UPU y numerosos operadores y países han efectuado donaciones en favor de las víctimas de catástrofes naturales. La ayuda humanitaria y la ayuda urgente son cada vez más importantes, especialmente para hacer frente a catástrofes como las que hemos conocido desde el mes de diciembre del año pasado. Deutsche Post World Net asume su responsabilidad social muy en serio. Nuestra

gestión consiste en utilizar nuestras competencias especializadas en materia de gestión logística, de comunicación y de financiación para aportar la ayuda.

A raíz del tsunami de 2004, hicimos donación de 1,5 millones de EUR en dinero y en especie a organizaciones de ayuda humanitaria y gobiernos locales. Un equipo de 40 voluntarios especializados en las operaciones de urgencia, dirigido por DHL, se trasladó a Colombo (Sri Lanka) para descargar 7000 toneladas de material de socorro de urgencia de 160 aeronaves. Deutsche Post World Net en asociación con eBay, recogió más de 2,2 millones de EUR, gracias a 200 000 encomiendas que contenían objetos dados por el público para una venta en subasta especial. Por otra parte, Postbank redujo sus tarifas relativas a las transferencias de fondos en beneficio de los particulares.

Después del paso del huracán Katrina, ofrecimos más de un millón de USD, en dinero y en especie, para apoyar las operaciones de ayuda humanitaria. Nuestros colegas de DHL de la base aérea de Little Rock, (Arkansas) descargaron 35 aeronaves y trataron más de 2370 toneladas de material de socorro proveniente de 18 países.

En Pakistán, un equipo de especialistas en socorros urgentes, dirigido por DHL, aportó su ayuda al Gobierno pakistaní en la base aérea de Chaklala, Islamabad. Alemania y Deutsche Post World Net seguirán poniendo sus competencias al servicio de las poblaciones y de las comunidades y apoyan la gestión de la UPU consistente en aportar ayuda en tiempo de crisis.

Armin Saidoun, Director de Relaciones con la UPU,
Deutsche Post World Net

Nota del redactor jefe

Es agradable ser conocido

Al principio de noviembre, *The Light*, un pequeño periódico semanal de Point Reyes, California, que obtuvo el premio Pulitzer, publicó un artículo a fin de recordar a los lectores los esfuerzos desarrollados por el servicio postal para distribuir las cartas de felicitación de millones de personas durante las fiestas de fin de año. El autor, John Hulls menciona en él el papel de la UPU y traza brevemente la historia del sistema postal moderno. Pero es su descripción de la UPU lo que nos ha impactado, pues demuestra que el trabajo de uno de los más pequeños organismos especializado de las Naciones Unidas no pasa inadvertido. He aquí lo que escribió: «La Unión

Postal Universal ha hecho mucho para favorecer la comunicación en el mundo, especialmente creando toda clase de cosas que nos parecen tan ordinarias actualmente, como los giros postales, el correo certificado y el correo por avión internacional. Además, aporta una asistencia técnica y consejos a los países menos desarrollados. Es interesante observar que estudia los medios para facilitar las transacciones a través de Internet poniendo a punto procedimientos de transporte, de pago y de tramitación aduanera que deberían hacer posibles los intercambios comerciales, incluso con los habitantes de las regiones más aisladas de nuestro planeta. Así pues, cuando usted vaya a la oficina de correos, añadió, considérela

como nuestro pórtico local hacia un sistema que no sólo permite la distribución del periódico *The Light*, sino que asegura también la comunicación entre las personas del mundo entero cuando se producen las peores catástrofes naturales e incluso durante la mayoría de las guerras. Por increíble que esto pueda parecer, este sistema es administrado por una oficina situada en Suiza que emplea a 150 funcionarios de 40 países diferentes, que realizan su trabajo con una discreción tal que pasa casi inadvertida. Los habitantes de Sacramento [nota de la redacción: capital y sede del Gobierno de California] deberían intentar saber cómo lo hacen; si encuentran la respuesta, valdría la pena de difundirla.»

Apuntes

Un logotipo para el próximo Congreso

Kenia, país anfitrión del Congreso de la UPU en 2008, desveló el 20 de noviembre, el logotipo del Congreso a los delegados presentes en la reunión anual del Consejo de Administración (CA) en Berna. El logotipo del Congreso, que ostenta los colores de la bandera keniana, contiene al mismo tiempo símbolos postales y nacionales. La forma redonda representa el globo y la universalidad del correo mientras que la paloma viajera simboliza tradicionalmente la transmisión de un mensaje. Otros elementos simbólicos son el sobre, el monte Kenia, signo distintivo del país, y el león que subraya la importancia del «safari». El logotipo, concebido por Geoffrey Nyongesa, un estudiante de 24 años en la Universidad Kenyatta, fue seleccionado por su simplicidad, su universalidad y su originalidad.

Nairobi 2008: Creación de órganos preparatorios

El Congreso de Nairobi se celebrará el 18 de agosto al 3 de septiembre de 2008. Esto es lo que anunció James Rege, Director General del Ministerio keniano de la información y de las comunicaciones, con ocasión de la reunión del CA, destacando al mismo tiempo la importancia que reviste el éxito del Congreso para el Gobierno keniano. Así pues, anunció la constitución de un Comité de seguimiento de los preparativos y la creación de tres órganos en el seno del Gobierno: el Comité Directivo, integrado por representantes de diversos ministerios y de entidades públicas, que aportará el apoyo institucional y los recursos; el Comité Consultivo del Congreso, integrado por copartícipes claves, que evaluará continuamente el estado de adelanto de los preparativos y constituirá un foro en el cual se definirán las líneas directrices; y el Comité Nacional Preparatorio, encargado de la planificación y de los preparativos del Congreso. Una secretaría permanente facilitará el funcionamiento de los órganos preparatorios y servirá de punto de contacto para el conjunto de los preparativos.

Por otra parte, dos capacidades de acogida del Congreso son actualmente objeto de estudio: el Centro de conferencias Kenyatta Internacional y los locales de las Naciones Unidas en Nairobi.

Conferencia estratégica en Dubai: acuerdo firmado

La UPU y el Correo de los Emiratos firmaron un acuerdo que formaliza la organización de la Conferencia Estratégica de la UPU que tendrá lugar en el centro de conferencias Grand Hyatt en Dubai (Emiratos Arabes Unidos) del 14 al 16 de noviembre de 2006. No menos de 800 delegados provenientes de 130 Países miembros de la UPU se esperan en la Conferencia Estratégica, que durará dos días y medio.

El Grupo de Planificación Estratégica de la UPU está elaborando la estructura de la Conferencia, los temas y el programa que serán presentados en su versión final al Comité de Coordinación en febrero de 2006. Los temas y el proyecto del programa serán examinados con ocasión del Comité de Gestión del CA y del Consejo de Explotación Postal (CEP) en abril de 2006.

La Conferencia Estratégica que se celebra cada cuatro años entre dos Congresos, establece el balance del adelanto de los trabajos y de los objetivos de la Estrategia Postal Mundial fijados con ocasión del Congreso precedente. Además, líneas directrices son definidas y seguidas por los correos hasta el Congreso siguiente.

Promover el diálogo social

La UPU y Union Network Internacional (UNI) firmaron un acuerdo de cooperación, en el mes de noviembre, para promover el diálogo social a favor del desarrollo duradero de los servicios postales a escala internacional.

El acuerdo prevé la realización de acciones conjuntas centradas en el impacto del desarrollo del sector postal en el empleo, especialmente en los sectores de la salud y de la seguridad, así como en el mejoramiento y la puesta en valor de las competencias de los agentes postales. Además ambas organizaciones seguirán promoviendo la prestación de los servicios financieros postales, especialmente los servicios de transferencia de fondos por vía electrónica, a través de la red postal internacional. Estos servicios constituyen una importante fuente de empleo y permiten a millones de trabajadores emigrar y a sus familias tener acceso a servicios de transferencias de fondos a precios abordables.

Philip Jennings, Secretario General de UNI, declaró que se trataba de un acuerdo mundial fundamental para

UNI, el primero concertado entre UNI y una institución de las Naciones Unidas. «Tenemos que afrontar el futuro juntos en un entorno postal que evoluciona rápidamente y estimamos que el diálogo a todos los niveles entre gobiernos, operadores y sindicatos representa el mejor medio de progresar.»

Programa y presupuesto 2005/2006 aprobado

El CA aprobó por unanimidad con ocasión de su período de sesiones de octubre de 2005 el Programa y Presupuesto 2005/2006, marcando así un paso decisivo en el proceso de planificación estratégica de la Unión.

El Programa y Presupuesto permite esencialmente al CA, al CEP y a la Oficina Internacional establecer, sobre la base de cinco principales objetivos y de los 16 programas del Plan Estratégico adoptado por el Congreso, un programa de trabajo que abarca actividades específicas, cada una de ellas con fines bien definidos, y dotadas de los recursos necesarios para alcanzarlos. El objetivo consiste en garantizar que todos los ciudadanos del mundo tengan acceso a servicios postales que satisfagan plenamente sus necesidades en lo tocante a fiabilidad, seguridad, calidad, elección y precio.

Se ha realizado un esfuerzo especial para reforzar y poner en valor el carácter estratégico del documento para el período 2005/2006. Existe un lazo directo entre la Estrategia Postal Mundial de Bucarest (EPMB), las estructuras creadas por el CA y el CEP para poner en práctica esta estrategia y los 82 proyectos que deben ser realizados por los grupos que forman parte de estas estructuras. Cada proyecto del Programa y Presupuesto 2005/2006, así como cada grupo del CA y del CEP contribuye a la realización de uno de los objetivos estratégicos de la EPMB. Así mismo, el número total de proyectos ha sido limitado, de manera que los Países miembros puedan concentrarse en los objetivos estratégicos. Así pues, ha sido posible mantener una transparencia absoluta sobre la utilización de las contribuciones de los Países miembros (71,4 millones de CHF).

Las mujeres en primer plano en la UPU

Tres mujeres, activas en el sector postal desde hace muchos años, han sido recientemente nombradas para ejercer cargos elevados en la UPU. Wendy Eitan, Directora de las Relaciones Internacionales de la Autoridad postal israelí, fue elegida a la Presidencia de la Cooperativa

EMS a raíz de haberse retirado Akio Miyaji (de Japón), quien ingresó en septiembre en la Oficina Internacional de la UPU donde ha sido nombrado Coordinador para la calidad de servicio. Wendy Eitan presidirá el Consejo de Gestión de la Cooperativa EMS hasta la celebración de su próxima asamblea general en marzo de 2006. La Cooperativa EMS está integrada por 131 miembros. Las otras dos personas nombradas son Loretta Ianthe Charlemagne, Consejera Regional para la región del Caribe y Gladys Mutyavaviri, Consejera Regional para los países de Africa de habla inglesa. Loretta Charlemagne, antigua directora de la Unión Postal del Caribe – y primera mujer también que ha ocupado dicho cargo – había sido anteriormente Postmaster General del correo de Santa Lucía. Gladys Mutyavaviri era directora del correo de Zimbabwe.

El servicio del correo más atrevido del planeta

Situado en la isla de Tanna, al sur del archipiélago de Vanuatu, el monte Yasur es uno de los volcanes más imprevisibles y más activos del mundo. Verdadera caldera en ebullición, experimenta incesantes explosiones, y tres chimeneas proyectan a la atmósfera lava a una temperatura de 1000° C.

Ahora bien, al lado mismo del cráter del monte Yasur se encuentra un buzón postal. Los turistas pueden pues escalar el volcán y enviar su correo desde el mismo borde del cráter activo, desafiando las explosiones tan frecuentes como sonoras, a veces suficientemente fuertes para hacer temblar la tierra. Pueden incluso comprar tarjetas y sellos especiales del correo del volcán para enviarlos a su familia y a sus amigos. Si bien la originalidad de este buzón postal lo convierte en una auténtica atracción turística, el monte Yasur no deja de ser por eso un lugar peligroso, y paneles de aviso recomiendan prudencia.

Gary Ryan, Director General del correo de Vanuatu, reconoce que, aunque el buzón ha sido desplazado al lado más seguro del volcán, en función de las condiciones meteorológicas, la lava en fusión constituye un riesgo para el correo y precisa: «se trata de uno de los raros lugares donde no podemos garantizar al 100% la expedición del correo. Digamos sencillamente que si el buzón cae al fondo del cráter no iremos a retirarlo.»

En 2003, el correo de Vanuatu ya se distinguió en los servicios postales extremados abriendo la primera oficina de correos submarina.

Fuente: Postjournal, Australia Post

La comunidad postal llora a sus colegas nigerianos

El conjunto de la comunidad postal fue profundamente entristecido por la muerte de Abubakar Argungu, Postmaster General del correo nigeriano y de Stephen Eneware, Administrador jefe de las finanzas. Ambos murieron en un accidente de aviación cerca de Lagos, el 22 de octubre de 2005, cuando regresaban a su país tras haber participado en el período de sesiones del CA.

En una carta a Cornelius Adebayo, Ministro nigeriano de Comunicaciones, Edouard Dayan, Director General, declaró que la muerte prematura de los Sres. Argungu y Eneware dejaba «en su familia, en su país y en la comunidad internacional un vacío que nada podía llenar». Abubakar Argungu era Presidente de la Comisión de Finanzas, una posición en la cual había «dado muestras de sus excepcionales competencias profesionales y cualidades humanas, de su gran rigor, y de sus inmensas capacidades de diálogo y de coordinación», escribió Edouard Dayan. El Sr. Argungu, que las autoridades postales nigerianas han descrito como un «dirigente visionario», era también Presidente del Consejo de Administración de la Unión Panafricana de Correos. El Sr. Eneware, quien solía participar en las reuniones de la UPU, era también muy apreciado en la Oficina Internacional.

Fotos:

Fig. 1. – Acuerdo celebrado: Edouard Dayan, Director General, y Abdulla Ibrahim Al Daboos, Director General del Correo de los Emiratos. El Sr. Al Daboos aseguró a la UPU que los Emiratos Arabes Unidos harían cuanto pudieran para que la Conferencia fuera un éxito.

Fig. 2. – El cartero emocionó cantando a los delegados.

El cartero chino más célebre, Wang Shunyou (véase *Union Postale* 3/2005), pronunció un discurso inspirado en la importancia del servicio postal universal con ocasión de la reunión del CA. Elegantemente vestido con su uniforme de cartero, el Sr. Shun-you, obsequió a los delegados con su historia y terminó su relato con una canción que emocionó a más de un oyente. Aquí lo vemos con Guozhong Huan, Vicedirector General (a la izquierda) y James Wade, presidente del CEP.

Fig. 3, 4 y 5. – Wendy Eitan, Loretta Ianthe Charlemagne y Gladys Mutyavaviri.

Fig. 6 y 7. – Abubakar Argungu y Stephen Eneware.

Ojeada al panorama postal

Por Rhéal LeBlanc

Cada año, desde 1875, la Oficina Internacional invita a los Países miembros de la Unión Postal Universal a responder a un cuestionario sobre los servicios de correo y las tendencias observadas. El ejercicio ha evolucionado mucho desde sus comienzos, y actualmente, se envían cuestionarios a los operadores postales designados y a los reguladores. Más del 90% de los Países miembros respondieron al cuestionario en 2005, creando así una importante fuente de estadísticas postales. La recolección de los datos no es siempre tarea fácil, sobre todo desde que el mercado postal se ha hecho más competitivo. Ahora bien, según la estadística Nicole Gogniat, los Países miembros realizan cada vez mayores esfuerzos para suministrar las informaciones pedidas. «Los países en desarrollo, entre los cuales muchos se esfuerzan por adoptar mejores sistemas de contabilidad, suministran actualmente informaciones de una calidad superior, y ello nos ayuda mucho.» Una ojeada a las cifras correspondientes a 2004 pone de manifiesto el paisaje postal actual.

Un hecho interesante es que los correos recurren cada vez más a las nuevas tecnologías de la comunicación, tales como Internet, para proponer una extensa gama de servicios. En 2004, el 81% de los países industrializados y el 38% de los países en desarrollo disponían de servicios postales en línea. En cuanto al tipo de servicio, el 41% de los países industrializados y el 8% de los países en desarrollo proponían el pago de las facturas en línea, mientras que el 37% de los países industrializados y el 21% de los países en desarrollo ofrecían un servicio de correo electrónico. En lo que concierne a la venta de mercaderías por Internet, el 33% de los países industrializados y el 10% de los países en desarrollo proponían este servicio. Por último, el 37% de los países industrializados y el 39% de los países en desarrollo explotaban puntos de acceso a Internet.

«El mundo con múltiples vías en el cual evolucionamos obliga a los correos a proponer servicios que transitan por las redes física y electrónica, constata Dean Pope, de Canadá, quien preside el Grupo <Productos electrónicos y servicios asociados>. Los correos proponen más servicios electrónicos pero la transformación será evolutiva. Si los expedidores recurren a las redes física y electrónica, es para precisar las preferencias de los clientes. El destinatario será finalmente quien elegirá.»

Los envíos de correspondencia se estabilizan

En los productos tradicionales, el número de cartas del servicio interior y de encomiendas ordinarias de los regímenes interior e internacional estaba en alza en el año 2004. Únicamente las cartas del régimen internacional siguieron disminuyendo.

Los volúmenes de cartas del régimen interior – sobres, tarjetas postales, periódicos, pequeños paquetes y envíos publicitarios – aumentaron un 1% en 2004, ascendiendo a 430 000 millones de envíos frente a 425 000 millones en 2003. Los 28 países industrializados registraron un alza del 2,2% en 2004, generando globalmente el 82% del volumen total de cartas del servicio interior. Los países árabes, los países de Europa Central y Oriental y los de la Comunidad de Estados Independientes (CEI), así como los países de África registraron un incremento de sus volúmenes del 3,6%, del 2,9% y del 2,8% respectivamente. La región de América Latina y el Caribe y la de Asia/Pacífico, en cambio, experimentaron reducciones del 2,7% y del 7,4% cada una.

«Cuando la economía mundial goza de buena salud, los volúmenes de los envíos de correspondencia del servicio interior tienen tendencia a aumentar, explica Arne Johnsen, Jefe del Programa <Economía postal> en la Oficina Internacional. La mayoría de los países han registrado un incremento de sus volúmenes de envíos de correspondencia interior. Los que han sufrido una erosión de su parte de mercado han registrado necesariamente una contracción de sus volúmenes.»

Los correos conservan sin embargo las mayores partes de mercado de los envíos de correspondencia. Conservan el 94% del mercado del servicio interior frente al 6% para los operadores postales. Los envíos de correspondencia generan el 56% de los ingresos de explotación, es decir un 2% menos que en 2003.

En lo que se refiere a las cartas del régimen internacional, los correos procesaron 5800 millones de envíos en 2004, lo cual representa una reducción del 4,2% frente a 2003 (6 000 millones). Los operadores públicos conservan el 63% del mercado del correo transfronterizo, frente al 37% para los operadores privados. Según Arne Johnsen, es posible que algunas cartas del régimen internacional se cuenten en los volúmenes de los envíos de correspondencia del régimen interior, por cuanto algunos operadores utilizan la vía de acceso directa para permitir a su correo

internacional ser procesado en los países de destino como correo del régimen interior. Otros operadores practican el reenvío. Transportan pues los envíos de correspondencia hasta el país de destino para depositarlos directamente en el torrente del correo.

Importante aumento de las encomiendas

Las encomiendas ordinarias han experimentado el crecimiento más importante de un año a otro, las del régimen interior alcanzaron niveles récord en 2004. Los correos del mundo entero procesaron efectivamente 5 400 millones de envíos, es decir un 15,8% más que en 2003. Parece ser que Japón contribuyó ampliamente a este aumento global, pues sus volúmenes ascendieron a 1400 millones en 2004, mientras que sólo habían alcanzado los 690 millones de envíos en 2003 y 437 millones en 2002.

Si bien las cifras son alentadoras, los operadores privados conservan en este mercado, la parte del león. Los correos sólo poseen el 32% del mercado interior y el 22% del mercado internacional.

A la luz de estas cifras, no cabe duda, según Gary Simpson, Director General de Parcelforce Worldwide y

Presidente del Grupo «Encomiendas» de la UPU que los correos deberían mejorar rápidamente el servicio de las encomiendas. «Tenemos que sacar lecciones del servicio EMS y estimular la utilización de los códigos de barras, compartir los datos relativos a la localización de las encomiendas y elaborar y aplicar un mecanismo para medir la calidad de servicio. Y tenemos que actuar con rapidez, pues de lo contrario perderemos la partida.

«Actualmente, somos los mejores en el campo de la entrega a domicilio, añadió. Este es un importante sector de actividad para el futuro, a medida que el comercio electrónico evolucione. He aquí por qué los competidores se interesan también mucho por la entrega a domicilio. Debemos observar seriamente la competencia para centrar mejor nuestras actividades.»

Los volúmenes de encomiendas transfronterizas, en alza desde 1999 (con excepción de una ligera baja en 2003), alcanzaron los 49 millones de envíos en 2004, es decir que registraron un aumento global de un 4,1% con respecto a 2003.

Se enviarán nuevos cuestionarios a los operadores postales y a los reguladores a comienzos del 2006.

El correo en cifras

Los correos del mundo entero emplean a 5,3 millones de personas, de las cuales 4 millones a tiempo completo y 1,3 millones a tiempo parcial.

La red postal mundial está constituida por 663 000 oficinas de correos fijas.

Los suizos depositan anualmente el mayor número de envíos de correspondencia de los regímenes interior e internacional, es decir 760 por persona.

El 74% de los operadores públicos en los países en desarrollo se enfrentan a una competencia en el mercado de las cartas del servicio interior, frente a un 84% de los correos de los países industrializados.

El 82% de la población mundial se beneficia de la distribución del correo a domicilio, mientras que el 2% sigue sin tener servicio postal.

En el 68% de los países de Africa y en el 37% de los países árabes, los habitantes deben recoger su correo en un establecimiento postal.

El 69% de los operadores postales públicos experimentaron un aumento de sus ingresos en 2004.

Los servicios financieros postales generan cerca de la mitad de los ingresos de explotación postal en la región de Asia/Pacífico.

Relacionar a las personas y estimular los intercambios

Por Rhéal LeBlanc

¿Cuál es el interés de la comunicación recíproca? Para saberlo, basta con observar el correo de Hong-Kong. Con encuestas de opinión anuales que demuestran que el 95% de la clientela está satisfecha, incluso muy satisfecha con el servicio postal, el correo de Hong-Kong ha sido clasificado por séptimo año consecutivo entre los tres mejores prestadores de servicio del territorio. La empresa tiene sobrados motivos para celebrar con satisfacción sus diez años de explotación comercial.

Pero la transformación de una administración pública financiada con créditos votados en cámara en un fondo de comercio dotado de fondos propios no se ha hecho en un día. Desde 1995, el correo de Hong-Kong ha sabido reinventarse bajo los rasgos de un prestador de servicios dinámico y emprendedor, que pone de relieve sus resultados, el servicio a la clientela, la innovación y la transparencia y apoyándose en un programa de comunicación abierta, coherente y estructural.

Actualmente, sus 7000 empleados comparten la misma preocupación sincera por la clientela. La focalización en el cliente no es exactamente un credo comercial sino más bien una mentalidad que la organización cultiva y promueve mediante programas de formación intensivos y continuos desde 1998.

El desafío que debió afrontarse al principio era impresionante. Definir el objetivo colectivo, la visión, la misión y los valores comunes de una organización, instaurar una nueva estructura de gestión y un marco estratégico, y producir una nueva identidad de empresa eran los principales programas del cambio emprendido. Y la única manera de conseguirlo consistía en solicitar la adhesión de los empleados, cuya mayoría eran funcionarios que necesitaban motivación para invertirse en la tarea.

En consulta con su personal, la organización elaboró un proyecto colectivo titulado «Relacionar a las personas y estimular los intercambios».

«Relacionando a las personas, el correo de Hong-Kong pretende cumplir con su deber social que consiste en acercar a las personas localmente y en el mundo, entregando correo y mercaderías rápidamente de manera fiable y a una tarifa uniforme y abordable», declara Allan Chiang, Postmaster General del correo de Hong-Kong. «Por estimular los intercambios entendemos aportar valor añadido a la economía de Hong-Kong suministrando

soluciones comerciales a los diferentes sectores y manteniendo la viabilidad económica del correo diversificando las actividades del mismo.»

El equipo de dirección comprende perfectamente que sólo se pueden introducir cambios con éxito gracias a una comunicación eficaz y que este proceso implica un diálogo e intercambios recíprocos. El Postmaster General y los altos responsables reconocen la importancia de la comunicación para informar al personal acerca de los valores estructurales de las órdenes, de las esperanzas y de los resultados, y para estar a la escucha de sus sugerencias y de sus reacciones. Reuniones generales con los representantes del personal, la constitución de equipos de perfeccionamiento del servicio, integrados por responsables y empleados de primera línea, discusiones por radio y cartas de información constituyen algunos de los medios utilizados para comunicar efectivamente con el personal.

El correo de Hong-Kong admite también que, para que produzcan plenamente sus frutos, los intercambios deben ser introducidos progresivamente. Empezar despacio para llegar lejos, tal ha sido el principio directivo aplicado. «Durante el proceso de transformación, explica Alan Chiang, los aproximadamente 7000 empleados del correo no estaban todos dispuestos al cambio de la misma manera. Algunos lo aceptaron y encontraban que el cambio era alentador. Otros no e incluso quizá se sintieron amenazados. Los mandos superiores hicieron suyo el deber de anticiparse y apaciguar las inquietudes del personal y, sobre todo, instaurar un clima de confianza».

El Postmaster General quiso crear un clima de apertura, favorable al debate, insistiendo al mismo tiempo en la urgencia del cambio, destacando la situación financiera delicada en la cual se encontraba la empresa y las crecientes amenazas que se cernían sobre las actividades postales. Era pues importante ayudar al personal a comprender la dirección en la cual se orientaba la empresa y hacer pasar el mensaje del sentido y de la necesidad del cambio.

En el transcurso de los diez últimos años, el correo de Hong-Kong ha cambiado de cultura y ha crecido en importancia en un mercado postal sometido a más variaciones. En cuanto al papel que la comunicación ha desempeñado en todo esto, Alan Chiang lo explica mejor

que nadie: «no existe medio mejor que la comunicación recíproca para poner una estructura al compás de su objetivo.»

Para más informaciones sobre el correo de Hong-Kong y sus actividades, visite su sitio Internet: www.hongkongpost.com.

Fotos:

Fig. 1. – Allan Chiang, Postmaster General del correo de Hong-Kong, en compañía de los empleados con ocasión de una manifestación cultural anual.

Fig. 2. – *Récord mundial Guinness*. – Para poner en relieve su 10º aniversario, el correo de Hong-Kong ha creado el mayor mosaico de sellos de correos del mundo. Este mosaico – una vista panorámica de Hong-Kong, China – mide 6,45 metros de ancho por 3,97 metros de alto. Se han necesitado 69 000 sellos usados, dados por empleados de correos de Hong-Kong y otras 98 administraciones postales, para realizar esta obra de arte única. Más de 1480 empleados y sus familias han tardado más de un año para crearla.

Directora jefa de la publicación: Juliana Nel
Redactor jefe: Rhéal LeBlanc
Redactor adjunto: Jérôme Deutschmann
Secretaria de redacción: Gisèle Läubli
Suscripción: 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

Diálogo con Helge Israelsen

Presidente-Director General de Post Danmark

En el transcurso del año pasado, el correo danés experimentó profundos cambios. En primer lugar, el 25% del capital de la empresa cambió de manos. Además Post Danmark y su accionista CVC Capital Partners retomaron el 49% del capital del correo belga. Además, a comienzos de 2005, Post Danmark perdió una parte de su monopolio de los envíos de correspondencia. Helge Israelsen, Presidente-Director General de Post Danmark desde hace diecisiete años, afronta estos nuevos desafíos, pero ha fijado también otro objetivo para su empresa: llegar a ser la mejor de Europa. Para el correo danés, que sitúa a las personas y la calidad en el primer plano de las prioridades y ha obtenido diversas distinciones por la calidad de sus prestaciones, entre las que cabe mencionar el premio de excelencia de la UPU en materia de gestión de la calidad de servicio, este objetivo parece perfectamente realizable.

Union Postale: ¿Qué indicadores de referencia utiliza usted para evaluar sus resultados?

Helge Israelsen: Nuestro modo de evaluación asocia los niveles de servicio, la calidad y los precios. Hemos puesto a punto indicadores para comparar nuestros resultados en las finanzas, la satisfacción de los clientes y de los empleados, la calidad de servicio y la capacidad competitiva. Según los indicadores actuales, estamos muy bien posicionados en el mercado. Deseamos mejorar aún nuestros resultados y llegar a ser los mejores en Europa de aquí a 2006. Otros operadores europeos utilizan métodos análogos, lo cual facilita los análisis comparativos. Pero a medida que se hacen más competitivos, la transparencia disminuye y resulta más difícil tener acceso a los datos que nos permitan realizar comparaciones. Nuestro objetivo consiste en mejorar nuestro servicio en los sectores donde quizá tengamos aún retraso que superar.

Union Postale: ¿En qué sectores estima usted que puede o debe mejorar?

Helge Israelsen: Post Danmark como muchos otros operadores, no tiene la flexibilidad necesaria para satisfacer las necesidades muy diversas de sus clientes. Hasta el presente, hemos propuesto siempre productos uniformizados. Queremos cambiar esta situación con objeto de prestar un servicio universal confiable y de alta calidad,

accesible a todos, y proponer al mismo tiempo servicios personalizados. Por ejemplo, si un cliente desea que su correo sea distribuido en una dirección profesional durante la semana, en su domicilio el sábado y en su casa de campo durante las vacaciones, tenemos que poder darle completa satisfacción.

Union Postale: En su opinión, ¿Cuáles son los principales elementos de un buen servicio postal?

Helge Israelsen: La confiabilidad constituye un elemento fundamental. Si usted se compromete a entregar un envío el día siguiente de su depósito, tiene que poder garantizar este servicio y no distribuir el envío en una dirección equivocada ni perderlo. Dicho de otro modo, sus clientes deben poder contar con usted. Estimo que el sector postal concierne ante todo a personas. Los gastos de personal representan más del 60% de nuestros costos; ninguna empresa postal puede tener éxito sin sus empleados. Si no creamos un ambiente que permita poner en valor las competencias de nuestros empleados e incitarlos a realizar esfuerzos para mejorar la empresa, nunca conseguiremos prestar un buen servicio. Los dirigentes deben también tener en cuenta la opinión de los empleados y de los clientes. Esto corre parejo con la voluntad de mejorar incesantemente los procesos administrativos y operativos en colaboración con el conjunto de los empleados. He aquí las principales condiciones que se deben reunir para obtener un servicio de calidad.

Union Postale: ¿Qué resultados ha obtenido usted hasta el presente con la iniciativa «La empresa en su sentido más exacto» de Post Danmark, y cuáles son las enseñanzas que los demás correos pueden obtener de su experiencia?

Helge Israelsen: Puedo asegurarle que Post Danmark ha aprendido mucho de otros correos. Hemos estudiado programas análogos aplicados por los correos canadienses y suecos y diversos otros correos, y nos hemos perfeccionado. La noción de empresa «en su sentido más exacto» se basa en una filosofía de gestión tendente a crear un valor máximo para la clientela, reduciendo al mismo tiempo al mínimo el derroche. Se trata de asegurarse de que los procesos de producción

son lógicos y de organizar las fábricas de producción, la maquinaria y los efectivos de manera que se obtenga una eficacia y una rentabilidad máximas. Por ejemplo hemos invertido en un nuevo centro de encomiendas postales que ha reemplazado otros cinco centros en el Oeste de Dinamarca. También hemos analizado los procesos comerciales y los sistemas informáticos de la empresa, y hemos adoptado la aplicación financiera SAP. Hemos destacado la importancia del respeto de los plazos de distribución de las cartas, distribuimos en 2004, dentro de los plazos previstos, el 95,2% de los envíos prioritarios y el 98,6% de los envíos no prioritarios. Esto constituye una neta mejora con respecto a los años anteriores. Además, hemos mejorado nuestra imagen entre los clientes y los empleados, lo cual nos ha valido un premio de excelencia de la calidad discernido por el Gobierno danés en 2004. Sin embargo, pese a la creciente automatización de los procesos y a la mayor utilización de la tecnología, el correo sigue siendo un sector de actividad con densa utilización de mano de obra, y hemos conseguido que nuestros empleados participen desde el comienzo. Hemos reducido la supervisión estimulando a nuestros empleados a que trabajen en equipos autónomo, llevamos a cabo programas de formación y de organización de las carreras y, en el marco de nuestro programa de excelencia «Compromiso total en favor de la calidad», proseguimos el desarrollo de nuestra empresa con la plena colaboración de nuestro personal. Todos estos esfuerzos nos han permitido reducir nuestros gastos e incrementar nuestra eficacia, y seguiremos por esta vía.

Union Postale: Hablemos ahora de la liberalización del sector postal: ¿En qué medida la reducción del límite de peso en el marco del monopolio de Post Danmark, que se ha reducido de 100 a 50 gramos, ha influido en sus resultados desde su entrada en vigor, a comienzos de 2005?

Helge Israelsen: Esta reducción no ha tenido importantes incidencias, claro está que la liberalización está en curso desde hace varios años y se constata un efecto acumulativo, pero resulta difícil citar un sector particular en el cual nuestra empresa haya experimentado cambios profundos debidos a la creciente liberalización del mercado. Esto puede aún suceder. Nuestros competidores podrían ganar terreno y penetrar más profundamente en nuestro mercado. En todo caso, hemos llegado a comprender que para ser verdaderamente competitivos, nuestros productos deben ser los mejores para los escalones de peso superiores a 50 gramos.

Union Postale: ¿Cuáles son las perspectivas en lo que concierne a la prosecución de la liberalización del mercado en Europa, y qué impacto tendrá esta evolución en el sector postal?

Helge Israelsen: El sector postal experimenta la influencia de numerosos factores, entre los cuales el más importante es el desarrollo de las nuevas tecnologías y de los medios de comunicación electrónicos. En Dinamarca, en 2005, esta evolución ha ocasionado una reducción del volumen de cartas que asciende a un 3%. Esta tendencia debería continuar, pero nadie puede decir durante cuánto tiempo. Esto no significa que deberíamos considerar las cartas como un producto de menor importancia. Por consiguiente, nos esforzamos sin cesar en reforzar este producto y en hacerlo más atractivo adaptándolo a las necesidades de los usuarios. La liberalización completa del mercado europeo está prevista para el año 2009; como decía recientemente un miembro del sector postal para ilustrar la incertidumbre al respecto, «2009 llegará ciertamente algún día, pero nadie sabe en qué año.» Las proposiciones de la Comisión de la Unión Europea al Consejo de Ministros y la evolución de la situación en Alemania y en los Países Bajos en los años venideros son otros tantos interrogantes. Sin embargo, lo que sí es seguro es que la liberalización completa del mercado tendrá un impacto en nuestra empresa y el aspecto más interesante será la reacción de los proveedores de servicios universales actuales. Es todavía demasiado pronto para decir si se lanzarán o no a una competencia en gran escala.

Union Postale: ¿Cuáles son sus estrategias para hacer frente a la intensificación de la competencia? ¿Forman parte de dichas estrategias la utilización de nuevas tecnologías y el lanzamiento de servicios electrónicos?

Helge Israelsen: El desarrollo de las nuevas tecnologías, fenómeno extremadamente importante, tiene dos facetas. Los nuevos medios de comunicación electrónicos dan lugar a una reducción del volumen de cartas, pero los progresos tecnológicos nos ayudan a mejorar nuestros procedimientos de explotación. No hay que perder de vista que operamos en el sector de la comunicación y que nuestra actividad concierne a la comunicación escrita. Así pues, debemos mantener nuestra interfaz con los clientes que desean seguir enviando y recibiendo cartas. A este respecto, el correo híbrido, que asocia los mensajes electrónicos y la distribución física, desempeña un papel importante. Prestamos también servicios postales electrónicos gracias a los cuales los clientes pueden recibir diversos tipos de correo, como los estados bancarios.

Desde hace poco, los funcionarios pueden incluso recibir su salario en su buzón electrónico. Para ser eficaces en el contexto actual, debemos combinar la carta tradicional con servicios electrónicos modernos. La experiencia ha demostrado que las empresas que intentan transformar todo el correo físico en correo electrónico fracasan.

Union Postale: El correo danés vendió hace poco el 25% de las acciones de Post Danmark; el 22% fue adquirido por la sociedad internacional de capital de inversión CVC Capital Partners, el resto fue reservado a los empleados. ¿Cómo ha sido acogido este cambio?

Helge Israelsen: Transformar Post Danmark en sociedad por acciones con responsabilidad limitada era una cuestión legislativa; este cambio se efectuó con el acuerdo del Gobierno y sin ninguna controversia. El escenario postal europeo es testigo de numerosas fusiones a raíz de las cuales resultan ampliados algunos grandes operadores. En estas condiciones, Post Danmark ya no deseaba conservar sus estrechos lazos en materia de toma de decisiones con el Gobierno, ni mantener el estatuto de funcionarios de sus empleados. El Gobierno aprobó este «desprendimiento», que fue aceptado tanto por los empleados como por los clientes. Cuando propusimos el nuevo estatuto de empleado a nuestro personal, el 96% de los aproximadamente 11 000 empleados lo aceptaron.

Union Postale: Un consorcio dirigido por Post Danmark y CVC Capital Partners fue elegido hace poco para convertirse en el copartícipe estratégico (con el 49% de las acciones) del correo belga. ¿Es esto el comienzo de una creciente expansión internacional para Post Danmark?

Helge Israelsen: Se trata de una oportunidad interesante y nos dedicamos mucho a este proyecto. La modernización

del correo belga está muy adelantada, y nos alegramos de poder trabajar con sus dirigentes. El plan de desarrollo común exige un mejoramiento de la eficacia y del servicio a la clientela, y estimo que nuestra experiencia puede ser aprovechada. Estimamos que también existen posibilidades de crecimiento.

En efecto, tenemos la intención de desarrollarnos a escala internacional, pero la vía que para ello seguiremos no está aún trazada con bastante claridad. No tenemos la envergadura de los TNT y de otros Deutsche Post de este mundo. No figuramos en la misma categoría que los grandes operadores mundiales. Así pues, tenemos que contemplar otros medios, entre los que figuran las coparticipaciones con otros operadores.

Union Postale: Después de diecisiete años al frente de Post Danmark, ¿Qué es lo que le parece más difícil y qué es lo que más le gusta en su trabajo?

Helge Israelsen: En primer lugar, el Presidente-Director General de una empresa postal está en contacto con el conjunto de la población. Esto puede a veces plantear algunos problemas, pues cada cual tiene una opinión sobre el correo y quiere comunicársela a uno, ya sea buena o mala. Dicho esto, el hecho de dirigir una empresa que sirve al conjunto del país y que lo atiende bien me proporciona una profunda satisfacción. En segundo lugar, nuestra empresa está integrada por personas al servicio de otras personas. Nadie puede tener éxito sin el apoyo de las personas, empleados y clientes. Cuando pienso en estos diecisiete últimos años, estimo que hemos realizado grandes progresos. Antes, teníamos conflictos y problemas laborales, pero la manera cómo resolvemos actualmente estos problemas aporta una gran armonía con nuestros empleados y nos permite seguir adelante con mayor rapidez.

El sector postal hace hablar de él

Internet Corporation for Assigned Names and Number (ICANN) ha conservado el control de la atribución de los nombres de campo y números en Internet. Han tenido lugar debates sobre la manera de utilizar lo más eficazmente posible el recientemente creado fondo de solidaridad numérica para financiar proyectos tendentes a reducir las brechas digitales. El ordenador para niños a 100 USD, del Massachusetts Institute of Technology, ha causado gran sensación. A pesar de todo el ruido levantado en torno a algunas cuestiones, los participantes que representan a los gobiernos, las organizaciones internacionales, el sector privado y la sociedad civil presentes en la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información (CMSI) han descubierto también el papel que desempeña el sector postal en la instauración de una sociedad de información global.

Las actividades en torno de la UPU – entre las que cabe mencionar un simposio particularmente exitoso – no sólo atrajo a muchas personas durante toda la semana que duró la manifestación, sino que el papel del sector postal en el modelado de la sociedad de la información ha sido claramente reconocido en los documentos oficiales relativos a los resultados de la CMSI. Para una organización internacional cuyas partes interesadas distaban mucho de ser consideradas como actores de primer plano con ocasión de las reuniones preparatorias de la primera fase de la Cumbre, que tuvo lugar en Ginebra en 2003, y de la segunda fase en Túnez en el pasado mes de noviembre, esto constituye una proeza.

La Agenda de Túnez para la sociedad de la información reafirma actualmente el compromiso de los gobiernos para «reforzar las capacidades de las tecnologías de la información y de la comunicación (TIC) para mejorar el acceso a las redes y servicios postales y su utilización» como medio de alcanzar los objetivos del plan de acción de Ginebra y los fines y objetivos del desarrollo concertados a nivel internacional. El compromiso de Túnez preconiza también estimular la utilización de los medios nuevos o tradicionales, a fin de promover el acceso universal a la información, a la cultura y al saber para todos.

La UPU fue también identificada como un moderador posible de las acciones en materia de comercio electrónico, una de las 11 grandes orientaciones mencionadas en la Agenda de Túnez para construir la sociedad de la información. La Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT), organizadora de la Cumbre, convocará a una reunión de los moderadores a comienzos de 2006 para aclarar sus funciones y responsabilidades. La reunión

será organizada con la UNESCO y el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo contribuyendo también la instauración de los tres pilares de la sociedad de la información: infraestructura, contenido y desarrollo.

Edouard Dayan, Director General, declaró que «Túnez ha creado el papel futuro de la UPU en la sociedad de la información, cuyo primer objetivo consistirá en reducir la brecha de desarrollo que separa a los países y en facilitar la vida de los trabajadores emigrantes instituyendo la red mundial de transferencia electrónica de dinero, que tanta falta hace, para permitir a cada ciudadano acceder con facilidad a los servicios a precios abordables.»

El sector postal en vanguardia

En la CMSI, el Sr. Dayan se entrevistó con responsables de alto nivel, ministros de las tecnologías y de las comunicaciones, jefes de empresas privadas y directores de organizaciones internacionales. Estas entrevistas le han permitido promover el sector postal en su conjunto y su papel en la construcción de una sociedad global de la información, gracias a la potencia combinada de las redes física, electrónica y financiera postales mundiales.

Los delegados sólo tenían que detenerse en el pabellón de la UPU, en el hall de exposición ICT4All, para darse cuenta de las capacidades del sector postal. Los servicios electrónicos innovadores de seis correos de vanguardia en esta materia (Canadá, Francia, Italia, Kenia, Sudáfrica y Túnez) estaban representados. «La presencia de la UPU en la CMSI, declaró Sergio Zamboni, que dirigía el stand de Poste Italiane, era indispensable para reforzar la imagen de los correos como prestadores de servicios avanzados además de los servicios tradicionales. Un visitante de Oracle – empresa muy conocida en el sector de la alta tecnología – quedó sorprendido al ver que los correos ofrecían actualmente servicios avanzados de la misma manera que algunas empresas privadas entre las más competitivas. La UPU debería capitalizar esto y seguir estimulando el desarrollo de los servicios electrónicos postales más lucrativos entre los Países miembros de la UPU reforzando los recursos de estructuras, tales como el Grupo «Productos electrónicos y servicios asociados».»

Explicando cómo las nuevas TIC podrían permitir reducir no sólo la brecha digital, sino también la brecha económica con los países en desarrollo, la UPU ha utilizado la Cumbre como tribuna para demostrar a los delegados presentes cómo el sector postal explota la tecnología moderna para desarrollar servicios financieros – y especial servicios de transferencia internacional de fondos – capaces de estimular la economía y reducir la pobreza (véase *Union Postale* 3/2005).

Copartícipe fundador del proyecto «Conectar el mundo» de la UIT, la UPU, instalada en un stand que formaba parte del pabellón de la agencia organizadora de la Cumbre, señaló los servicios financieros postales como medio de relacionar a las personas gracias a un servicio de transferencia electrónica de fondos a precios abordables. El proyecto «Conectar el mundo» tiende a una coparticipación entre los poderes públicos, el sector privado, las organizaciones internacionales y la sociedad civil, a fin de conectar, de aquí a 2015 a todos aquellos que no lo están aún.

Con ocasión de una mesa redonda de dos horas, Edouard Dayan firmó una declaración que refuerza el compromiso de los copartícipes fundadores para alcanzar el objetivo fijado para 2015. El proyecto de la UPU se granjeó el ascenso de participantes tales como Abdoulaye Wade, Presidente de Senegal, François Loos, Ministro francés delegado de industria, y Serge Tchuruk, Director General de Alcatel, entre otros. La idea de instaurar sistemas de transferencia electrónica de fondos de urgencia despertó el interés de Telecom sin fronteras, cuyos equipos se trasladan a las regiones devastadas del mundo para establecer redes de comunicación elementales. Después de una catástrofe natural, las víctimas tienen con frecuencia necesidades urgentes de dinero, y éste es un sector para el cual la red internacional de transferencia de fondos de la UPU podría ser utilizada.

Después de Túnez

La Cumbre ha terminado quizá, pero el compromiso de la UPU para ayudar a construir una sociedad de la información que responda a las necesidades de cada ciudadano, sigue estando presente. La organización va a reflexionar

Fotos:

Fig. 2. – Servicios electrónicos innovadores de los correos canadiense, francés, keniano, italiano, sudafricano y tunecino en el pabellón de la UPU.

Fig. 3. – Mark Shuttleworth, hombre de negocios y turismo del espacio sudafricano, fue uno de los huéspedes de primer plano de la CMSI que visitó el pabellón de la UPU. Lo vemos aquí cuando saluda a Dalyn Cook y Marlize Kantor, del correo sudafricano.

Fig. 4. – Edouard Dayan firmó la declaración «Conectar el mundo» que refuerza el compromiso de los copartícipes fundadores para alcanzar el objetivo de conectar, de aquí a 2015, a todos los que no lo están aún.

Fig. 5. – Edouard Dayan pronunció la declaración oficial de la UPU con ocasión de la asamblea plenaria, el 18 de noviembre: «Lejos de ser una amenaza, las nuevas tecnologías obligan a los operadores postales a adaptar y modernizar sus servicios. El sector postal del mañana contribuirá al desarrollo económico, al refuerzo de la cohesión social y a la reducción parcial de la brecha digital. Con 660 000 puntos de contacto, el sector postal es y seguirá siendo un copartícipe fuerte y eficaz.

Fig. 6. – Ivy Matsepe-Casaburri, Ministra sudafricana de Comunicaciones, Roberto Blois, Secretario General de la UIT, y Edouard Dayan se comprometen a acercar las nuevas tecnologías a las poblaciones rurales de Sudáfrica. El Gobierno sudafricano dedicará 500 000 USD al proyecto.

Fig. 7. – Durante la CMSI el correo indio emitió un sello que pone de relieve la celebración del acontecimiento con ocasión de un almuerzo para 500 personas, cuyo anfitrión era el Ministro de Comunicaciones indio.

desde ahora con la UIT y sus otros copartícipes sobre acciones futuras a determinar en el marco del proyecto «Conectar el mundo» y estudiar nuevas coparticipaciones gracias a los contactos establecidos en Túnez.

Como coordinador posible de las acciones en materia de comercio electrónico, una de las grandes orientaciones que figuran en la Agenda de Túnez, la UPU trabajará por desarrollar esta oportunidad para el sector postal, cuya red es muy ampliamente utilizada para distribuir bienes y mercaderías adquiridos en línea.

La UPU examinará también las posibilidades de canalizar una parte de las sumas ingresadas en el fondo de solidaridad digital hacia ciertos proyectos que comprometen la participación del sector postal. Creado por unas cuantas naciones, en su mayor parte africanas, organizaciones internacionales y municipalidades del mundo entero, el fondo que contiene 6,4 millones de USD aspira a atraer más contribuciones, especialmente del sector privado, a fin de ayudar a financiar los proyectos que permitan salvar la brecha digital.

En el frente de los servicios financieros postales, la UPU proseguirá su ofensiva de conexión de los Países miembros con su red – empresa que permitirá a millones de ciudadanos acceder a servicios financieros de los que por ahora no disponen. El Sr. Dayan reafirmó el compromiso de la UPU para hacer de Túnez la plataforma de despliegue de sus aplicaciones logísticas en el mundo árabe. Esto reviste una importancia particular con respecto al hecho de que la organización trabaja en colaboración con estos países árabes para su conexión con la red mundial de transferencia de fondos.

Para una visión completa de la participación de la UPU en la CMSI, consúltese el sitio de la UPU (www.upu.int).

Simposio postal

Lo que dijeron

El simposio organizado por la UPU sobre el papel del sector postal en la sociedad de la información fue uno de los 260 acontecimientos celebrados al mismo tiempo que el acto político de la CMSI. Los participantes ocuparon rápidamente la sala que podía contener un centenar de personas para asistir al simposio de una duración de medio día inaugurado por el Ministerio tunecino de las Tecnologías de la Información, Montasser Ouaili. Por lo demás, este último indicó que el sector postal contribuía a sentar las bases de una sociedad de la información accesible para todos. ¿Qué dijeron los demás oradores? Eh aquí algunos fragmentos:

«Cuando los vientos soplan fuerte, uno puede resguardarse o construir molinos de viento, como los correos han hecho aprovechando las tecnologías de la información y de la comunicación para mejorar los servicios postales.»
Willy Jensen, Director General de Norwegian Post and Telecommunications Authority.

«El correo está en el centro mismo de la comunidad. En algunas comunidades, el correo es la única vía de comunicación. El acceso y la fiabilidad hacen del correo un medio de intercambios apreciado por los ciudadanos

porque permite a las personas relacionarse sin discriminación.» *James Rege, Secretario Permanente en el Ministerio de la Información y de la Comunicación de Kenia.*

«Los correos deben evaluar las necesidades de los países y asegurar servicios que atenúen la pobreza y respondan a las necesidades de los más desprovistos de la sociedad.»
Boutheina Guermazi, Especialista en materia de reglamentación, Grupo del Banco Mundial.

«Los correos son actualmente muy diferentes de sus predecesores y evolucionan rápidamente. Siempre estimamos que la comunicación electrónica rivaliza con los correos, pero, en realidad, los correos han conseguido muy bien integrar las tecnologías en sus actividades.»
Fouad Nader, Director de Adrenale Corporation.

Por último, he aquí una cita sacada de un periódico francés: «Uno se asegura de que las tuberías funcionan, lo mismo que una sociedad postal.» *Paul Twomey, Presidente-Director General de ICANN, organización con la cual la UPU negocia actualmente los aspectos técnicos de un contrato para la gestión de un nombre de sector de primer nivel patrocinado.*

Foto:

El correo ucraniano emitió un sobre que lleva un sello consagrado a la CMSI, así como un sello postal especial que pone de relieve la celebración, el 16 de noviembre de 2005, del simposio postal de la UPU.

POST-EXPO 2005

El «prêt-à-porter» del mundo postal

Por Rhéal LeBlanc

Más de 4500 visitantes vinieron a POST-EXPO 2005, que tuvo lugar en París en octubre y donde 150 expositores presentaron unas 100 toneladas de material de explotación y de tecnología. El encuentro anual, organizado por UK International Press Media & Events, registró, según los ecos, un gran éxito. Por lo demás, los organizadores están ya preparando la manifestación de

2006, que tendrá lugar en Ámsterdam. Aproximadamente 300 representantes del sector postal, entre los que figuran unos 40 dirigentes postales del mundo entero, asistieron al foro mundial de las empresas postales, conferencia de dos días organizada por la UPU y que coincidía con POST-EXPO. Eh aquí algunas imágenes que dan una visión de conjunto del acontecimiento.

Fotos:

Figs. 1 y 2. – Jefes de fila en tecnología, fabricantes de vehículos y proveedores de soluciones logísticas figuraban entre los 150 expositores presentes en POST-EXPO 2005.

Fig. 3. – Edouard Dayan, Director General, Tony Robinson, PDG de UKIP Media & Events y organizador de POST-EXPO, y Jean-Paul Bailly, Presidente del Grupo La Poste, se pasean por el área de exposiciones.

Fig. 4. – «Una de las principales características del sector postal es que siempre ha sido capaz, a lo largo de su historia, de adaptarse a los grandes desafíos, económicos o técnicos, con los cuales ha tenido que enfrentarse, dijo Jean-Paul Bailly, Presidente del Grupo La Poste, en la apertura del foro mundial de las empresas postales. Los trabajos en POST-EXPO aportarán su contribución a esta adaptación y a la modernización de nuestro sector, a fin de satisfacer siempre mejor las esperanzas de nuestros clientes.»

Fig. 5. – Patricia Vivas, del equipo POST*Code, en conversación con un visitante en el stand de la UPU. Los servicios del Centro de Tecnologías Postales, cuyos logicales necesarios al rastreo y a la localización del correo y a la gestión de los servicios financieros postales, también se presentaban.

Fig. 6. – Varios medios de comunicación social aseguraron la cobertura de POST-EXPO. Edouard Dayan participó en una emisión por France Inter consagrada al sector postal en Europa, en compañía de Paul-Bernard Damiens, Presidente del Consejo de Administración de PostEurop (a la izquierda del Sr. Dayan), de György Csáki, Presidente del Consejo de Administración del correo húngaro, y de Raymond Redding, Director del Correo en el Grupo La Poste.

Concurso internacional juvenil de composiciones epistolares En la estela de Hans Christian Andersen

Por *Juliana Nel*

Más de tres millones de jóvenes de menos de 15 años, de más de 25 000 escuelas situadas en 56 países, participaron en el concurso internacional juvenil de composiciones epistolares 2005 organizado por la UPU. El tema de este 34º concurso anual, «Carta a mi personaje favorito de cuentos de hadas», coincidía con el bicentenario del nacimiento del célebre autor danés Hans Christian Andersen.

La galardonada del concurso, una joven de 14 años llamada Lysbeth Daumont Robles, alumna en la escuela Fabric Aguilar, de La Habana (Cuba), dirigió su carta al valiente soldadito de plomo de Andersen. El segundo premio fue adjudicado a la joven Cathrine Dufour, 12 años, originaria de Hvalsø, en Dinamarca, país natal de Andersen, mientras que el tercer premio fue otorgado a Catarina Jankovi, 13 años, de Podgorica, ciudad montenegrina de Serbia y Montenegro. Estos premios fueron adjudicados por la UNESCO.

Entrega de los premios por una princesa

El correo danés ofreció a la galardonada de 2005 un viaje a Copenhague, con miras a la entrega de su premio por la princesa real María de Dinamarca. Sin embargo, Lysbeth no fue autorizada a trasladarse a Copenhague, lo cual sintieron mucho la UPU y el correo danés. En cambio, Laura Prade, hija del Encargado de Negocios cubano en Dinamarca, aceptó su recompensa en su nombre con ocasión de un desfile y de una ceremonia organizados el 3 de septiembre para conmemorar el día de la llegada de Andersen a Copenhague, proveniente de su ciudad natal de Odense, en 1819. Cathrine Dufour, galardonada con el segundo premio, recibió también su medalla de plata con ocasión de la ceremonia.

En una carta dirigida a la princesa María de Dinamarca, Lysbeth declaró: «la noticia de mi nombramiento me ha llenado de alegría. Me sentía como en un sueño. En víspera de mi 15º aniversario, el 8 de noviembre, debía recibir un premio de manos de una princesa, durante un desfile de miles de niños disfrazados de personajes de cuentos de hada, como si estos cuentos de hada se transformaran en realidad. Agradezco al correo de Dinamarca el haberme invitado a Copenhague. Me ha entristecido mucho no poder participar en la ceremonia. En ella habría podido conocer a niños daneses así como

a la galardonada con el segundo premio. Pero, cuando pienso en los millones de niños actualmente víctimas de la guerra, de la enfermedad, del hambre y de la pobreza, mis preocupaciones me parecen insignificantes. Sin embargo, mis padres y yo mismo estábamos encantados con la idea de visitar a su país y desearía realmente hacer esto algún día. Deseo ser escritora y poder enviarle una de mis obras.»

Las autoridades cubanas entregaron a Lysbeth la medalla y el certificado de la UPU con ocasión de una manifestación organizada en Varadero (Cuba) a fines de noviembre.

Comentarios del jurado

El jurado de la UNESCO felicitó a Lysbeth por la calidad de su estilo y le encantó la imaginación y la sensibilidad de su carta, impregnada de onirismo y de ternura. «La autora ha dado muestras de mucha sinceridad y de madurez en su enfoque de la progresión hacia la edad adulta, un tema que, visiblemente, la afecta y la preocupa», declaró el jurado.

No es la primera vez que el don de escribir de Lysbeth es reconocido. Ha ganado varios premios en concursos locales y nacionales y ha recibido una recomendación de la Convención Nacional de Talleres Literarios. Ahora bien, la UPU le ha permitido ganar su primer premio internacional.

Lecciones sacadas de los cuentos de Andersen

¿Y por qué eligió al soldadito de plomo? «Andersen utiliza numerosos personajes de niños para ilustrar sus creencias: que la vida no es siempre maravillosa y que todo no transcurre necesariamente como en un cuento de hadas, por ejemplo. He elegido esta historia, pues a pesar de sus defectos físicos, un soldadito conquista el corazón de una bailarina, se granjea el afecto de un niño y realiza su sueño de encontrar un hogar. Esta historia es fuente de inspiración para todas las personas que sufren deficiencias mentales o físicas. Alienta a proseguir hacia delante y no se deja desanimar por las dificultades que ellos encuentran», explica la joven cubana, que vive rodeada de libros.

Cuando le preguntan por qué le gusta escribir, Lysbeth declara que, para ella, escribir constituye un medio de expresarse y de encarnar a un personaje adentrándose en una historia que no es la suya. Y precisa: «es como un actor que puede representar tanto a un borracho como a un policía o a un pintor, pero deja su impronta en cada uno de sus papeles. Me gusta encarnar a otras personas, e integrarme en su mundo que no es el mío.»

Segunda galardonada

La carta de la danesa Cathrine Dufour, segunda galardonada, consistía en un intercambio de correspondencia entre la fea zorrilla (personaje epónimo del cuento de Andersen) y una psicóloga llamada Ivonne. Esta informa a la fea zorrilla de que no puede recibir un lifting en su clínica porque es demasiado peluda. También le da algunos consejos para que reconquiste la estima de sí misma y se acepte tal como es. «Imagínese usted que se encuentra en un mundo diferente, en el cual la vida es pacífica. Haga usted este mundo mejor de lo que es, piense de manera positiva, y quizá entonces, encontrará usted en el fondo de sí mismo suficiente confianza en usted para crecer.»

El jurado de la UNESCO calificó la carta de Cathrine de viaje estupendo al reino de lo imaginario, lleno de espíritu y muy original.

Medalla de bronce

La medalla de bronce fue otorgada a la autora de una carta a Elisa, hermana de los 11 príncipes del cuento de Andersen «Los cisnes salvajes». La joven de Serbia y Montenegro agradece a Elisa haberle enseñado la fuerza, la valentía y el amor. «Comprendiendo tu sacrificio, ahora sé que los obstáculos no están hechos para ser evitados, sino para ser superados con voluntad. (...) En búsqueda de justicia, no has cesado nunca de creer. Yo tampoco, y no renunciaré. Creo que un día, en algún sitio, las personas se darán cuenta de que el sol brilla para derretir el hielo que hay en los labios, que una mano tendida en busca de otra, que nuestra tierra es suficiente para todos aquellos que están dispuestos a vivir su vida sin oprimir a los demás», escribe Catarina Jankovi.

El jurado de la UNESCO declaró que se trataba de una hermosa carta, escrita por una adolescente firmemente decidida a no entregar la llave de su infancia: el cuento de hadas. Calificó la carta de deliciosa, muy bien escrita y llena de finura psicológica.

Ciudad de la Habana, 20 de marzo de 2005

A ti... ¿soldadito de plomo? No... ¡de oro!

Mi vida corre veloz por el río del tiempo, se desliza y cae cual cascada en flor. Parece que me preparo para ser adulta; sin embargo, estoy completamente segura de que no van a dejar de latir en mí la inocencia y la dulce fantasía del niño que aún juega en mi corazón.

Sí, es lo que estás pensando. No te equivocas, en estas letras se refleja mi verdadera imagen: una adolescente de catorce años que no deja de leer cuentos maravillosos. Precisamente por eso te escribo, pues en esta sencilla epístola pretendo decir que creo de ti, mi personaje de cuento de hadas preferido de las historias fabulosas de Hans Christian Andersen.

Te conocí siendo muy pequeñita. Venías marchando con tu única pierna en la voz de mi madre una noche oscurísima, en la que la luna no lograba dormirme con su mirada. La imaginación dibujó en mis pupilas un mundo de lindos juguetes, donde sobresalía un soldadito valiente, una bailarina de ensueño y un horrible muñeco que salía súbitamente de su caja cuando él estimaba conveniente.

Los años transcurrieron hasta que pude distinguir cada letra del alfabeto, entonces retomé el cuento y pude percatarme del amor infinito que había permeado los sentimientos más profundos de la bailarina y el soldadito. Comprendí que el muñeco de resorte trataba de impedir el idilio del militar y la danzarina. Me sentí muy emocionada cuando, en el desenlace, el amor prevalece sobre la muerte. Estoy segura de que, mientras caían en las llamas de la chimenea, en los ojos de ambos brillaba el cariño; y que la ternura los aureolaba todo el tiempo.

Fui creciendo y, al unísono, lo hacía mi pasión por el teatro. Al leer «Romeo y Julieta», volviste a mi pensamiento que estaba en pleno vuelo. ¡Cuánta similitud entre ambas historias! Los jóvenes amantes de Verona

desafiaron innumerables obstáculos en el difícil camino de su amor, al igual que lo hicieron la bailarina y tú. Ellos y ustedes son símbolos del más puro amor.

Desde entonces, como es obvio, cada libro que leo aporta determinados elementos a mi forma de pensar. Las enseñanzas quedan marcadas en mi ser y cada vez logro comprender mejor la vida cotidiana y el universo humano.

La lectura de tu libro me provocó profundas reflexiones. He aquí algunas:

Eras el último de una caja de soldaditos de juguete, una de tus piernas había quedado «inconclusa» porque el plomo se había agotado, sin embargo, esto no te amilanó en lo absoluto. Llegaste con tus hermanos a un hogar donde te quisieron, un niño y una bailarina de papel. Tu corazón pudo vencer el miedo al muñeco de resorte y a los diferentes peligros que tuviste que afrontar en tu accidentado viaje en un barco de papel por las cloacas, desafiando a malolientes ratas ¡y también al pez comilón!, hasta que el azar lo trajo de regreso a la misma casa y la criada te halló en el estómago del pescado que pensaba cocinar. Aprovechaste todos los momentos felices para guardarlos por siempre en tu férrea memoria, sin importar el fuego candente que selló una hermosa historia de amor.

Tú me recuerdas, tierno soldadito, al adolescente Romeo y al viejo pescador de Ernest Hemingway. Pero, como bien dijo el escritor norteamericano: «Un hombre puede ser destruido, pero no vencido». «La vida está llena de riesgos necesarios», le oí decir a alguien. Cada día nos lanza nuevos retos. Algunas personas se acobardan, pero otras se crecen ante los obstáculos. Ni las limitaciones físicas o mentales pueden detenerlas. Es tu caso y el del joven canadiense Terry Fox, corriendo por mil pistas con su pierna única. ¿Cómo no recordar entonces a nuestro apóstol José Martí cuando expresaba?:

«Hay montes, y hay que subir
Los montes altos, después
veremos, alma, quién es,
quién te me ha puesto al morir»

Le doy las gracias a Andersen por «romper las expectativas» de los finales felices de los cuentos infantiles. Los niños vivimos en un mundo real, y en él hay guerra, drogas, miseria, dolor... Precisamente, como existen realidades negativas, debemos conocerlas para enfrentarlas con eficacia y poder construir un mundo mejor. Me despido, con un beso y una flor de amor,

Lysbeth

Posdata: Seguiremos encontrándonos en nuevas lecturas.
¡Estoy segura que también serás el preferido de mis hijos!.

Fotos:

Fig. 1. – «Este premio significa mucho para mí. No sólo esta carta representa mi trabajo más personal, pero de todos mis escritos, es el que expresa mejor quién soy», declaró Lyzbeth Daumont Robles, de Cuba, galardonada del concurso internacional 2005 de composiciones epistolares para jóvenes.

Fig. 2. – Patitos acogen a la princesa real de Dinamarca, con ocasión de las celebraciones organizadas en honor del autor Hans Christian Andersen.

Fig. 3. – Edouard Dayan, Director General, con la danesa Cathrine Dufour, segunda galardonada, mientras ésta recibe su premio de manos de la princesa real María.

Fig. 4. – Catarina Jankovi, tercera galardonada, de Montenegro.

El 9 de octubre celebrado por doquier en el mundo

Por Jérôme Deutschmann

El 9 de octubre de 2005, los clientes y los empleados de los correos del mundo entero tuvieron la ocasión de celebrar a su manera los servicios postales con ocasión de múltiples y vistosas manifestaciones. Mientras la mayoría de los correos participantes aprovechan el Día Mundial del Correo para entregar sus recompensas a los galardonados del concurso internacional de composiciones epistolares, otros invitaron

a sus clientes a trasladarse a una oficina de correos para descubrir allí los nuevos servicios electrónicos y financieros propuestos. En su mensaje anual, el Director General de la Oficina Internacional de la UPU puso de relieve las actividades del sector postal que contribuyen al desarrollo de las economías nacionales y a la reducción de la pobreza en el mundo, objetivos que la UPU ha hecho suyos.

Fotos:

Fig. 1. – En Camerún, los empleados de correo de CamPost jugaron y ganaron un partido de fútbol contra los empleados de Cameroon Telecommunications (CAMTEL) y celebraron a su manera el Día Mundial del Correo.

Fig. 2. – En Berna, los empleados de la Oficina Internacional de la UPU, del Correo suizo y berneses celebraron el Día Mundial del Correo organizando una suelta de globos de colores a la entrada del Museo de la Comunicación, cuyo acceso era gratuito en este día 9 de octubre. Los participantes, sensibilizados ante el simbolismo del transporte aéreo, pudieron adherir mensajes en tarjetas postales que enarbolaban el lema del Día Mundial: «Al alcance de todos y en todo lugar».

Fig. 3. – En Paraguay, la entrega de los premios del concurso de composiciones epistolares amenizada con la emisión de la serie de sellos de correos sobre animales domésticos y el matasellado correspondiente sirvieron de marco a las celebraciones del Día Mundial del Correo.

Fig. 4. – En Zambia, Zampost ofreció sellos, así como aerogramas a alumnos encantados de poder expedir correo a su familia y a amigos en el conjunto del territorio nacional, el sábado, víspera del 9 de octubre.

Fig. 5. – Los conciertos a los que asistieron más de 4000 espectadores en una célebre sala de espectáculos y de encuentros deportivos de Varsovia, Torwar II, culminaron en una gran fiesta.

Fig. 6. – En Polonia, las celebraciones del 9 de octubre consistieron en una serie de conciertos: la coral de chicas de la ciudad «Koscierzyna», Norbi, compositor de música electrónica y Krzysztof Krawczyk, compositor e intérprete de gran renombre interpretaron todos a coro una canción sobre el tema del correo.

Fig. 7. – En Beijing, una empleada de China Post explicó a los alumnos el funcionamiento de los servicios postales en un Terminal multimedios con pantalla táctil. En Canton, una empleada de correos informó a los transeúntes, basándose en la prensa, acerca de las novedades postales.

Conferencia de los Correos de Africa Occidental (CCAO)

Por Jérôme Deutschmann

Creada en: 2001

Sede: Cotonou (Benín)

Número de países miembros: 7

Sitio Web: www.cpao.bj

Proyectos FMCS: 17 proyectos en curso

La CPAO se define como un instrumento de integración postal subregional, representa a 72 millones de clientes en Africa y coloca entre sus prioridades el acceso de la población a servicios postales y financieros de calidad, especialmente a las tecnologías de la información y de la comunicación (TIC). Unión Postale ha interrogado a Wilfrid Martin, Secretario General sobre el papel de la CCAO en la aplicación de las TIC.

Wilfrid Martin: La CCAO desempeña esencialmente un papel de coordinación de las iniciativas comunes y de promoción de las TIC en los correos miembros. Se adoptaron en 2004 dos proyectos: la implantación de cybercorreos y la automatización de las ventanillas de las oficinas de correos. Otros estudios sobre el desarrollo del correo electrónico y de las transferencias electrónicas de fondos están en curso. La CCAO sigue con mucho interés la implantación de IPS y de IFS en los correos miembros. Se trata de reducir la brecha digital entre los correos en desarrollo y los correos desarrollados. Los proyectos e-Poste ofrecen por su parte a nuestros clientes una línea de productos Internet diversificados.

Foto:

Wilfrid Martin.

Union Postale: ¿A qué desafíos se compromete la CCAO a hacer frente en el transcurso de los tres próximos años?

Wilfrid Martin: En primer lugar tenemos que mejorar la calidad de servicio, criterio fundamental para conservar y ampliar nuestra clientela y condición sine qua non para la supervivencia de nuestros correos. Los países miembros de la CCAO han participado, por ejemplo, en la financiación de un estudio de factibilidad sobre el proyecto de encaminamiento del correo por vía terrestre por el eje vial Dakar-Lagos. El segundo desafío concierne a la modernización de la red postal subregional y la diversificación de los productos y servicios. Por último, la CCAO desea integrar las TIC en sus proyectos, a fin de desarrollar simultáneamente la innovación y la creatividad de los actores postales y el crecimiento de los correos.

Union Postale: ¿Cuál es la actualidad de la CCAO?

Wilfrid Martin: Deseamos ampliar la CCAO a otros países de Africa Occidental. Además, nos esforzamos por movilizar recursos financieros para nuestros proyectos subregionales. A este respecto, quisiera lanzar un llamamiento a la UPU, a los correos de los países industrializados y a todos los copartícipes potenciales para que nos apoyen en la búsqueda de financiación de nuestros proyectos.

Unión Postal de Eurasia (UPEA)

Por Jérôme Deutschmann

Creada en: 2001

Sede: Ankara (Turquía)

Número de países miembros: 3

Sitio Web: www.puea.org.tr/eng/ana.htm

Proyectos FMCS: 3 proyectos en curso

La UPEA evoluciona en un contexto en el que las estrategias regionales han demostrado su eficacia para desarrollar los mercados y redes regionales de reparto de recursos. Necdet Akkus, Secretario General está convencido de los beneficios de una cooperación regional para mejorar la calidad del servicio postal entre Turquía, Pakistán y Azerbaiyán.

Necdet Akkus: Sobre la base de un cuestionario difundido en los países de la región, la UPEA ha definido una gama de servicios postales y de servicios financieros inexistentes en la región y ha establecido un orden de prioridad. Medidas de seguridad entre los correos de los países miembros prohíben el envío por vía postal de materias biológicas, químicas y explosivas, así como de estupefacientes.

Union Postale: ¿Cómo contribuye la UPEA a mejorar la calidad de servicio?

Necdet Akkus: En primer lugar tenemos que identificar las carencias y reducir los retrasos en la entrega del

correo, lo cual es primordial. Para evaluar la situación, hemos intercambiado cartas testigos. Estamos estudiando actualmente la posibilidad de utilizar las cartas de control según el modelo de las enviadas por la UPU o un sistema de control de extremo a extremo. Por otra parte, hemos firmado un acuerdo sobre los giros postales internacionales para acelerar las transferencias de dinero entre los países miembros. Se necesitan grandes inversiones. Actualmente, el envío de un giro por telecopia permite abreviar el proceso de transferencia en tres a cuatro días, lo cual ya es algo. Nuestros tres países desean adherirse al telegiro postal propuesto por la UPU y EUROGIRO y disponer de este modo de un sistema fiable, seguro y rentable.

Union Postale: Usted habla de identidad común en el seno de su Unión ¿Qué se entiende por esto?

Necdet Akkus: Deseamos cuidar de nuestras excelentes relaciones existentes ya entre los correos miembros y estrechar los lazos entre nuestros empleados. En 2004, los correos emitieron un sello común sobre la «ruta de la seda» y, este otoño, se organizará en Bakou, Azerbaiyán, una carrera de empleados de correos, con ocasión de la próxima reunión del Consejo Ejecutivo. LA UPEA seguirá invirtiendo en este tipo de iniciativas, pues encarnan también nuestra Unión.

Foto:

Necdet Akkus.

Esto completa nuestra presentación de las 16 Uniones restringidas iniciada en 2003.

Pakistan: llamada a la solidaridad internacional

Pakistan es el último país de la región Asia/Pacífico que ha sido afectado por una catástrofe natural. En efecto, el 8 de octubre de 2005, un sismo de magnitud 7,6 en la escala de Richter, seguido de fuertes réplicas asoló las regiones del norte del país, a 95 kilómetros al noroeste de Islamabad. El correo pakistaní que suma sus esfuerzos a los desarrollados por el Gobierno para socorrer a las víctimas, lanza un llamamiento a los miembros de la comunidad postal para que le ayuden a restablecer los servicios postales en las regiones afectadas.

Las regiones más gravemente dañadas se sitúan en la parte de Cachemira bajo control pakistaní y los distritos de Mانشera, Abbotabad, Battagram, Kohistan y Shangle en la provincia de la frontera noroeste. En la ciudad de Muzzaffarabad y Rawalakot, así como en el distrito de Mانشera, la mayoría de los edificios se hundieron, ocasionando grandes pérdidas en vidas humanas y materiales. En las regiones más afectadas, hasta el 90% de las ciudades y pueblos fueron destruidos. Según el Gobierno pakistaní, más de 87 000 personas perecieron y más de 3,5 millones quedaron sin techo.

Numerosos empleados postales y miembros de sus familias figuran entre las víctimas. En la catástrofe perecieron dos dirigentes postales y 13 resultaron heridos. Unos 30 miembros de familias de empleados postales perdieron también la vida o resultaron heridos, y las viviendas de casi 90 empleados postales resultaron totalmente destruidas o gravemente dañadas.

Pese a la amplitud del desastre, el correo pakistaní consiguió mantener los intercambios postales con los demás países, pues sus oficinas de cambio no fueron afectadas por el sismo. Sin embargo, el transporte del correo en el interior del país y su distribución en las zonas siniestradas fueron interrumpidos durante algún tiempo. La casi totalidad de los enlaces postales ya están restablecidos, pero el encaminamiento del correo de Muzzaffarabad hacia las oficinas de correos secundarias de Chikothi, Kahuri, Karna, Gujar Bandi, Chinari, Patiala, Lepa y Athmaqam sigue siendo difícil. Además el enlace Balakot-Kaghan sigue aún interrumpido, pues la carretera no está abierta al tráfico. Así pues, los servicios postales en Kaghan y Mohandari no han podido ser restablecidos aún.

Daños sufridos por el correo

Los enlaces postales serán restablecidos progresivamente, a medida que el terreno sea descombrado y las carreteras reparadas, pero el correo pakistaní necesitará muchísimo tiempo y esfuerzos para reconstruir su infraestructura postal que ha resultado considerablemente dañada.

Según el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), el 90% de la infraestructura general fue destruido en las ciudades y pueblos afectados por el terremoto. La infraestructura postal, en especial en Abbottbad, Mانشera, Muzzaffarabad y Rawalakot, sufrió la misma suerte. El correo pakistaní estimó en 1,25 millones de USD el coste de la reconstrucción y de la reparación de sus edificios, y los trabajos podían durar hasta cuatro años. Además, el correo pakistaní ha perdido una parte considerable del equipo estándar de sus oficinas de correos, incluidos mobiliario, máquinas, balanzas, casilleros y mesas de clasificación, sillas, mesas, telecopiadores, etc.

Servicio vital para las víctimas

Para el correo pakistaní, lo más urgente es asegurar servicios postales básicos en las regiones afectadas, instalando por lo menos seis oficinas de correos móviles en camiones de seis ruedas equipados con motores de 27 960 cm³. Estos camiones, perfectamente adaptados a las regiones montañosas, cuestan más de 45 000 USD cada uno.

El correo prevé iniciar, de aquí a comienzos de 2006, la reparación o la reconstrucción de las oficinas de correos dañadas o destruidas y equipará las nuevas oficinas con material postal estándar. El Gobierno quisiera extender la asistencia financiera a las familias afectadas en forma de asignaciones o de pensiones mensuales. En estas regiones aisladas, las oficinas de correos representan el único medio de hacer llegar la ayuda financiera a las familias que la necesitan, el Gobierno desea que dichas oficinas vuelvan a ser operativas lo antes posible. Desea también que los servicios de caja de ahorros y de transferencia de fondos a través del correo sean restablecidos, a fin de que la población tenga acceso a los servicios financieros.

Otra prioridad es el reemplazo de los vehículos dañados. Los vehículos son más necesarios que nunca, pues los dirigentes postales deben viajar con frecuencia, a fin de coordinar las actividades necesarias para el buen funcionamiento de las oficinas de correos en las regiones siniestradas. El correo debe también reemplazar el

equipamiento deteriorado en los edificios que pueden ser reparados en el transcurso de los próximos seis a doce meses.

Ayuda urgente de la UPU

A raíz de una visita a la región por el Consejero Regional de la UPU, la Oficina Internacional ha elaborado un programa de ayuda urgente para Pakistán, tendente a atender las necesidades más urgentes y a ser posible la compra de un camión que servirá de oficina de correo móvil. Pero la asistencia de los Países miembros de la

UPU es indispensable para la compra de otros vehículos y de material postal. La Oficina Internacional ha lanzado un llamamiento de ayuda en nombre de Pakistán a todos los Países miembros y ha abierto una cuenta especial en el marco del Fondo de asignación especial de la Unión. Por otra parte, la Oficina Internacional administrará todas las ofertas que las administraciones postales puedan hacer con miras a la utilización de sus recursos del Fondo para el Mejoramiento de la Calidad de Servicio (FMCS) para la realización de un futuro proyecto de rehabilitación de los servicios postales en Pakistán.

Solidaridad en tiempo de crisis

Tsunamis en el Sudeste Asiático, inundaciones en Rumania, huracanes en el Caribe, en Guatemala, en El Salvador y en los Estados Unidos de América, seísmos en Pakistán y en la India... El último año ha sido marcado por las catástrofes naturales. Cada vez, el servicio postal ha desempeñado un papel vital a favor de las víctimas. Pero, ¿cómo puede la UPU ayudar a los países siniestrados con la mayor eficacia posible después de una catástrofe?

La Oficina Internacional ha instaurado un mecanismo para ayudar a los países lo mejor posible en tiempo de crisis. Utiliza sistemáticamente el sistema de información para las situaciones de urgencia (EmIS) así como el sitio Web y las circulares de la UPU para informar a los Países miembros en caso de catástrofe o de interrupción del servicio postal. Moviliza también a los Consejeros Regionales para ayudar a los países siniestrados a evaluar los daños sufridos por el servicio postal y determinar las medidas necesarias para su restablecimiento. Además, los Consejeros Regionales trabajan en estrecha colaboración con las Uniones restringidas y los organismos de ayuda de las Naciones Unidas para la realización de operaciones de socorro.

La Oficina Internacional elabora los proyectos de ayuda urgente necesarios para satisfacer las necesidades inmediatas de las administraciones postales afectadas y restablecer los servicios postales. Estos proyectos son financiados mediante el presupuesto limitado de la Unión para la cooperación para el desarrollo. La solidaridad internacional es pues indispensable. Esta es la razón por la cual la Oficina Internacional recurre a la generosidad de los Países miembros en caso de catástrofe.

En el transcurso de este año, los Países miembros de la UPU han dado mucho de su tiempo y mucho dinero. Varios países han depositado hasta 200 000 CHF en la cuenta especial abierta por la Oficina Internacional a raíz de los tsunamis que asolaron Asia del Sur, hace ahora precisamente un año. El dinero ha sido utilizado para hacer frente a las necesidades en equipamiento más urgentes en Maldivas, Indonesia y Sri Lanka. China y la República de Corea dieron 150 000 USD de sus recursos del Fondo para el Mejoramiento de la Calidad de Servicio (FMCS) en favor de un proyecto regional en esos mismos países. Además, se ha creado un fondo especial para aportar ayuda al correo pakistaní, cuya infraestructura ha sido considerablemente dañada por un seísmo de una intensidad muy fuerte en el pasado mes de octubre.

Artículo redactado mediante documentación de Osamu Goto, Dirección de la Cooperación para el Desarrollo, Oficina Internacional de la UPU.

En el ojo del ciclón

El USPS mantiene la comunicación entre los habitantes

El Servicio Postal de Estados Unidos (USPS) estima que ha sufrido daños infraestructurales por un importe superior a los 100 millones de USD, en más de 500 establecimientos postales, a raíz de los huracanes Katrina y Rita a comienzos de este año. Más de 30 edificios fueron dañados por las inundaciones, mientras que vientos que alcanzaron hasta 280 kilómetros por hora dañaron otras instalaciones. Algunas oficinas de correos quedaron completamente destruidas. Sin embargo, a pesar de las destrucciones, ni un solo empleado de correos resultó herido por los huracanes que devastaron varios Estados del Golfo de México, especialmente Louisiana, Mississippi y Florida, a fines de agosto y mediados de septiembre.

Nunca anteriormente USPS había sufrido tales destrozos en una zona geográfica tan extensa y durante un período tan largo. Oficinas de correos destrozadas, calles inundadas, cortes de corriente eléctrica y órdenes de evacuación: USPS y sus empleados, muchos de los cuales fueron personalmente afectados por los huracanes, hicieron frente a numerosos desafíos.

Pero USPS supo reaccionar ante los huracanes mucho antes de que pasaran. Tres días antes de la llegada de Katrina, el correo con destino a la costa del Golfo de México fue retenido en un centro de procesamiento y de distribución en Houston (Texas). El correo almacenado en centros situados en la trayectoria prevista del huracán fueron desplazados hacia las plantas superiores. Así se pudieron salvar millones de envíos. El mismo procedimiento se utilizó en prevención del huracán Rita.

Los daños

USPS puso rápidamente en servicio un centro para evaluar el estado y la seguridad de las instalaciones postales antes de su reapertura. Ingenieros de estructura, higienistas del trabajo y otros profesionales efectuaron verificaciones sanitarias antes de permitir a los empleados volver a los centros afectados. Con frecuencia, los fuertes vientos dañaron los tejados, y las inundaciones provocaron corrientes de barro y enmohecimientos. Las inundaciones dañaron también algunos vehículos postales, pero muchos de ellos habían sido resguardados de los huracanes.

Si bien la mayoría de los envíos pudieron ser salvados, algunos fueron expoliados o destruidos, principalmente debido a las inundaciones. En cuanto al correo con una dirección legible pero cuya distribución planteaba problemas de seguridad se enviaban al destinatario una imagen del sobre así como la razón de la no distribución del mismo. Los envíos con valor evidente, como por ejemplo los envíos por expreso, los envíos certificados y los envíos con valor declarado, que pudieron ser colocados en sitio seguro y llevaban una dirección identificable, fueron distribuidos o devueltos al expedidor.

Restablecer el enlace postal con la población

Al día siguiente del huracán Katrina, el correo se impuso como desafío garantizar la distribución de los envíos postales a los habitantes, ya fuera en albergues temporales instalados cerca de sus domicilios, ya en casa de amigos, miembros de la familia, hoteles u otras instalaciones disseminadas en el conjunto del territorio.

Según el Postmaster General John E. Potter, numerosos empleados de las zonas afectadas volvieron a trabajar casi inmediatamente después de los huracanes. «Trabajamos con los sindicatos para que los empleados reinstalados en otras regiones pudieran ocupar nuevos puestos de trabajo hasta que las zonas más severamente afectadas fueran reconstruidas», añadió este último tras haber visitado las zonas devastadas para evaluar la magnitud de los daños causados a las instalaciones postales y constatar el empeño de los empleados en prestar el servicio a los clientes.

USPS adoptó medidas extraordinarias para mantener los intercambios de correo, como la instalación de una oficina de correos auxiliar en una de las ventanillas del astrodromo de Houston y la creación de un código postal temporal para las personas refugiadas en el interior. En otros lugares, los habitantes pudieron recibir su correo gracias a semiremolques temporalmente colocados en las oficinas de correos destruidas. Para muchos, como aquellos que reciben sus medicamentos por vía postal, el correo era de importancia vital. Por consiguiente, USPS trabajó con los servicios de seguridad social para asegurarse de que los habitantes recibían los cheques que les correspondían.

Para estabilizar la situación, USPS rogó a las víctimas de los huracanes que llenaran solicitudes de cambio de

dirección, y ello en cualquier lugar en que se encontraran. En el transcurso de dos semanas después del huracán Katrina, más de 100 000 hogares en las zonas devastadas llenaron dichas fórmulas, impidiendo así la formación de enormes montones de correo antes de reanudar un servicio normal. La mayoría de las víctimas de los huracanes se beneficiaron de la posibilidad de llenar sus fórmulas en línea.

Denuedo de los empleados y actos heroicos

Al día siguiente de los huracanes, una de las principales preocupaciones del correo consistía en localizar a sus empleados. Un número de llamada gratuito puesto a la disposición de estos últimos les permitió informar a su jerarquía que estaban sanos y salvos, recibir las informaciones necesarias al cobro de sus salarios y tomar conocimiento de las tareas a realizar. Más de 6000 empleados que se encontraban en la trayectoria de los huracanes, y cada uno de ellos donde quiera que se encontraba, consiguió ponerse en contacto con su patrón.

Día tras día, los empleados mantuvieron los intercambios de correo, a pesar de las pérdidas que ellos mismos habían sufrido. Frente a los cortes de corriente eléctrica, los empleados de correos de Morton (Mississippi) se equiparon de lámparas de minero y linternas para clasificar y distribuir el correo. En Dallas, los empleados del centro de procesamiento del Norte de Texas procesaron más de 860 000 envíos desviados desde Nueva Orleans. En Tammany Parish (Louisiana) y en muchas otras zonas sinestriadas, los empleados de correos se presentaron al trabajo, pese a que muchos de ellos lo habían perdido todo, incluso sus casas.

El servicio de distribución del correo con destino a Nueva Orleans fue restablecido tan pronto como las condiciones de seguridad lo permitieron, zona tras zona. En el barrio histórico francés, los clientes acogieron a los carteros con aplausos y abrazos. La cartera Brenda Branch distribuye el correo en este barrio desde hace cinco años. Pese a que su casa había sido dañada por Katrina e invadida por las aguas, se mostró optimista y agradecida de que su familia hubiera podido salir de la ciudad antes del paso del huracán.

Los empleados de correos también salvaron numerosas vidas. Ayudado por uno de sus amigos, el cartero louisianés Mike Miller utilizó su propia barca para una misión de salvamento ininterrumpida durante cuatro días. Durante una de sus operaciones más espectaculares, M. Miller y su amigo oyeron llamadas de socorro que

procedían de una casa. Tras haber levantado las tejas y destruido las vigas con un motosierra, M. Miller se introdujo por la estrecha apertura practicada en el tejado del desván. Entonces fue cuando encontró debajo de unas cajas a una mujer de avanzada edad. «Estaba casi muerta», dijo M. Miller. Su amigo y él consiguieron sacarla de la casa utilizando el paso que habían practicado.

Mantener informados a los empleados y a los clientes

Una de las principales prioridades de USPS antes, durante y después de los huracanes consistió en mantener los intercambios de informaciones, a los niveles interno y externo. El servicio postal puso en servicio el centro nacional de explotación y los centros locales de explotación postal normalmente utilizados durante el período de las fiestas y de las situaciones de urgencia, como los ataques terroristas del 11 de septiembre de 2001. Estos centros, equipados con material técnico y provistos de pantallas video gigantes, mapas y ordenadores permitieron a los funcionarios de correos recibir las últimas informaciones relativas a la seguridad de los empleados, la distribución del correo y las cuestiones de transporte. Cada día, se organizaban teleconferencias entre los dirigentes de la sede del correo y los mandos de las zonas afectas.

Gracias al trabajo en equipo realizado por los responsables de la red de los servicios comerciales de USPS, la comunicación con las empresas clientes se mantuvo ininterrumpida. Esta red presta servicio de apoyo, a escala nacional, a los clientes más importantes del correo. El huracán Katrina obligó al cierre de la red de Louisiana, situada en Nueva Orleans. Pero su director restableció rápidamente sus oficinas en Baton Rouge y reanudó el contacto con sus clientes unos días después del paso de Katrina. Gracias a la ayuda de los empleados de Houston, el centro de Louisiana se convirtió en una fuente de informaciones vital para los clientes que deseaban informarse acerca del estado de su correo. Cuando el huracán Rita afectó las costas de Texas unas semanas después, la red de Houston tuvo que suspender sus operaciones. Empleados del centro de Dallas y de la región suroeste intervinieron en el procesamiento de las peticiones de servicios relativas a Louisiana y Houston, manteniendo así a los clientes informados acerca de las operaciones postales. El correo trabajó así muy estrechamente con los expedidores comerciales para establecer un orden de prioridad entre las diversas categorías de correo procesadas con miras a su distribución en las zonas siniestradas.

Lecciones que cabe aprovechar

La interrupción de las operaciones postales a raíz de acontecimientos tales como los actos terroristas del 11 de septiembre de 2001 y la crisis de la enfermedad del carbunco en el mes que siguió suministraron a USPS

una experiencia en materia de gestión de las crisis y de explotación, que resultó ser útil durante los huracanes de este año. El servicio postal está ciertamente mejor preparado que nunca anteriormente para hacer frente a cualquier amenaza, de origen natural o humano.

Fotos:

Fig. 1. – Furgoneta postal que pudo librarse de las destrucciones en Biloxi (Mississippi).

Fig. 2. – Una empleada de USPS distribuye un paquete en Biloxi (Mississippi).

Fig. 3. – Más de 500 instalaciones postales, como ésta en Sabine Pass (Texas), fueron totalmente destruidas por el huracán Katrina.

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.

Un traje a modo de uniforme – Ballarat (Australia)

Por Claire Beaumont, *Australia Post*

Cada día, antes de empezar su trabajo, Debbie Perkins, propietaria por concesión de su oficina de correos, se pone su pantalón, su bata larga que le llega hasta los tobillos y un pañuelo en la cabeza.

Administra la oficina de correos de Sovereign Hill, el museo al aire libre de Ballarat, en el Estado de Victoria, reconstitución de la ciudad aurífera de Ballarat en tiempos de la fiebre del oro entre 1851 y 1861.

Implantada con otros comercios en la ciudad museo, la oficina de correos es una réplica exacta del edificio original construido según los planes del Gobierno de 1854.

En vez de entrar en la oficina de correos para esperar su turno, los clientes deben hacer cola fuera, delante de la puerta como en 1850. Según la Sra. Perkins, que siente un gran interés por la historia de la ciudad, no era raro que se entablaran riñas mientras la gente esperaba para retirar su correo.

«Actualmente, cuesta comprender hasta qué punto el correo podía ser importante en aquel tiempo, explica la Sra. Perkins. Los niños, especialmente, son literalmente fascinados por la idea de que el correo representaba el único medio de comunicación a distancia de que se disponía y que no había entonces ni teléfono, ni SMS, ni telecopiadores.»

Aún actualmente, para la Sra. Perkins, la oficina de correos sigue siendo el corazón palpitante de la ciudad, tal como debía serlo en tiempos de la fiebre del oro.

«El personal del museo acude a recoger su cuadro de servicio y retirar su correo. La oficina de correos sirve también de oficina de objetos encontrados ... y de centro de acogida de niños perdidos», añade la Sra. Perkins.

Peter Bray, gendarme en Sovereign Hill, destaca: «Todos acudimos con regularidad a la oficina de correos para recoger nuestros mensajes e informarnos sobre los actos previstos. También podemos pagar en ella nuestras facturas; y esto es verdaderamente práctico.»

Además de los sellos y de las tarjetas postales, la oficina vende objetos de papelería de tipo antiguo (plumas y portaplumas, pizarras, cuadernos, botellas de tinta, papel secante, concesiones mineras, tiralíneas y álbumes para colorear), y los negocios marchan bien. Pero aquí no encontrará usted un teléfono portátil.

«A veces, siento un poco de envidia, confiesa la Sra. Perkins. Existen numerosos productos vendidos por el correo que me gustaría tener en venta, especialmente los productos filatélicos, pero sólo se pueden vender sellos con motivo de paisajes naturales o animales locales, pero no motivos modernos.»

La oficina de correos procesa también todo el correo que llega y que sale de los servicios administrativos del museo, de sus sectores comerciales y educativos, así como de todos los pequeños comercios instalados en Sovereign Hill, como el fotógrafo, el tendero, el panadero, el herrero y el joyero.

«Algunos visitantes nos preguntan a veces por qué ninguno de los productos lleva código de barras, pero los códigos de barra aparecieron un siglo después de aquella época que nosotros estamos representando. Así pues, tengo que explicarles que, en la oficina de correos todo se hace a mano. Todas las escrituras se hacen a mano, en triple ejemplar, después se envían a Melbourne, a los servicios comunes», explica la Sra. Perkins.

«También tengo una vieja balanza de platillos, con pesas de metal de diferentes tamaños. No es difícil de utilizar; ahora ya no necesito reflexionar para ello.

«De hecho, incluso tenemos que esconder de la vista de los visitantes cualquier elemento que pueda indicarles que se trata de una verdadera oficina de correos operativa. El chofer que viene para recoger nuestro correo debe dejar su furgoneta en el área de estacionamiento situada fuera del museo, recorrer a pie el resto del camino y pasar por detrás para tomar las sacas de correo. A veces, debe hacer varios viajes para transportarlo todo, pues ningún vehículo moderno está autorizado a circular en el perímetro durante el día. El correo que llega es entregado a la oficina y el personal lo descarga a mano y a mano lo transporta hasta la oficina de correos.

«Es cierto que poseemos un aparato para leer las tarjetas bancarias, pero queda fuera de la vista de la clientela.»

También es en la oficina de correos donde se encuentra el único teléfono de toda la parte histórica del museo, también perfectamente oculto.

La Sra. Perkins aprecia mucho el hermoso hogar abierto detrás del edificio, pero no existe ni calefacción central ni climatización. También hay mucha menos claridad en el interior de la que hoy estamos acostumbrados a tener.

«En tiempos de la reina Victoria, la gente no tenía mucha luz en su casa ni en su lugar de trabajo, hace notar la Sra. Perkins. Es cierto que aquí tenemos alumbrado eléctrico, pero el público no debe darse cuenta de ello.

¿Y qué decir de la vestimenta antigua que la Sra. Perkins lleva?

«En realidad, la vestimenta es muy confortable, asegura la Sra. Perkins y, al cabo de un momento no se ve en ella más que un uniforme. Cuando tengo que trasladarme a la ciudad durante el día para recoger algo, voy con

mi vestimenta del siglo XIX. Los habitantes de Ballarat tienen la costumbre de vernos.

«A veces, cuando salgo con mi vestimenta de trabajo y me preguntan si trabajo en Sovereign Hill, me entran ganas de responder que no, que soy enfermera de sala de operaciones en el hospital St-Jean.»

«Me encanta vestirme así para trabajar; el traje me autoriza cierta libertad con la clientela. Este es un trabajo ideal: adoro la región histórica y adoro trabajar en contacto con otras personas.»

La fiebre del oro en Ballarat

En agosto de 1851, John Dunlop y James Reagan descubrieron uno de los yacimientos auríferos más ricos del mundo en un lugar que los aborígenes llaman Vallarta (el lugar de campamento).

La noticia se difundió como un reguero de pólvora y, en 1853, 20 000 buscadores de oro procedentes de Inglaterra, Europa, China y Estados Unidos de América efectuaban prospecciones en Ballarat.

Si bien había algunos mercaderes y muy pocos mineros, las mujeres eran aún más raras en las regiones auríferas en los primeros tiempos de la fiebre del oro. La vida en aquellos lugares era muy dura y sin ninguna comodidad. Las mujeres y los niños venían generalmente a reunirse con sus respectivos esposos y padres unos años más tarde, cuando las condiciones de vida habían mejorado.

La fiebre del oro de Ballarat terminó a principios de los años 60 del siglo XIX, cuando la mayoría de los prospectores en busca del precioso metal se trasladaron a Nueva Gales del Sur, Queensland o Australia Occidental.

El correo australiano en cifras

Número de empleados:	34 804
Contratos postales:	5 421
Licencias de explotación atribuidas:	2 979
Empleados postales designados en las colectividades locales:	632
Puntos de venta:	4 474
Puntos de venta regionales o en zonas rurales:	2 574
Apartados de correos:	1,3 millones
Buzones públicos:	15 425
Puntos de distribución:	9,87 millones
Promedio de clientes atendidos diariamente en los puntos de venta:	1,1 millones
Cantidad de objetos postales procesados en 2005 (cartas, encomiendas y objetos internacionales):	5 360 millones
Promedio de objetos postales procesados diariamente en días laborables:	21,5 millones

Foto:

Debbie Perkins espera a su próximo cliente en la oficina de correos de Ballarat.

La innovación mediante el sello

Por Jérôme Deutschmann

La filatelia sufre con frecuencia, indebidamente, de una imagen de pasatiempo tradicional pese a que el hermoso sello conserva un fuerte poder de seducción, sobre todo si su diseñador o su creador consiguen suscitar la curiosidad y un cambio de costumbres de los consumidores, de los coleccionistas y de los curiosos.

¿Pero cómo conseguirlo? Revolucionando los procedimientos utilizados hasta ahora, rivalizando en ingeniosidad para hacer del sello un objeto único, o asociando las nuevas tecnologías innovadoras a los motivos del artesanado tradicional. Estos nuevos soportes constituyen para algunos correos una salvación, para otros un espacio de marketing incomparable que potencia su venta de sellos en línea por Internet.

Los correos han entendido bien estos últimos años que en la singularidad del sello, en la opción del tema o del soporte es donde se distinguen unos de otros y aumentan sus ventas. Las innovaciones y las proezas técnicas desempeñan en ello un papel decisivo, como así lo atestiguan ya las hojas de sellos personalizados emitidas a partir de 2001 en varios países.

Innovaciones suizas

La Poste Suiza se lleva la palma de la innovación, emitiendo sucesivamente el primer sello de correos del mundo en bordado y con aroma de chocolate.

La producción industrial de una pieza de apenas 59 por 48 milímetros se hace posible gracias a las técnicas más avanzadas. El ejemplo del sello en bordado, cuyo motivo es objeto de esbozos sobre el papel, es procesado con escáner y después tratado mediante un logicial de concepción asistida por ordenador, antes de ser transmitido electrónicamente a la máquina de bordar. Constituido por un motivo de hilo de poliéster, el sello es bordado sobre una trama de alta calidad a la que una capa autoadhesiva especial es aplicada en el reverso de los sellos. Por último, cada viñeta es recortada separadamente mediante un haz de rayos láser.

El sello con aroma de chocolate es cubierto por una película de barniz que encierra millones de pequeñas burbujas que contienen una sustancia sintética aromática. Una ligera presión con el dedo basta para que estallen estas burbujas que emiten el delicado aroma del chocolate. Por último, La Poste Suiza ha emitido

un sello de madera de un espesor de 0,7 mm, a fin de despertar el interés del público por un producto de utilización corriente. Las técnicas de concepción modernas aplicadas a la estructura de la madera confieren a cada sello una apariencia única.

«Flocking», aromas, cristales y 3D

Los correos de Finlandia y de Singapur han recurrido al «flocking» es decir a la proyección de fibras sobre un soporte adhesivo para dar un aspecto aterciopelado a los sellos. La Polinesia francesa ha promovido sus cultivos fruteros produciendo sellos que emiten aroma de ananá, Bélgica ha perfumado sus sellos con una película de rosa en homenaje a las Floralias de Gante, y Tailandia ha perfumado sus sellos con jazmín.

Los servicios filatélicos del Sultanato de Omán y de Egipto han utilizado el arte de embellecer el sello creando una superficie sobreelevada para crear magníficas obras estampadas y dotadas de un dorado en caliente con oro verdadero de 24 kilates. En la serie de sellos preciosos, el correo austriaco se ha distinguido también lanzando recientemente un sello sobre el tema del mundo de los cristales de Swarovski, que incorpora un heliograbado tramado de cristales de la célebre marca mediante una técnica única de incrustación.

El correo Neozelandés ha elegido un proceso de impresión lenticular para su serie de sellos olímpicos, una impresión de imágenes entrelazadas para obtener efectos de animación o de profundidad 3D pegando sobre el sello una película constituida de minúsculas lentillas. La imagen se anima en función del ángulo de visión.

Todas estas técnicas vienen a enriquecer el universo filatélico al que interpelan. Este credo ha sido retomado por el nuevo Comité de Gestión de la Asociación Mundial para el Desarrollo de la Filatelia (AMDF), que basa su acción sobre la valoración del sello mediante las nuevas tecnologías y la innovación y que organizará formaciones sobre este tema en 2006 en Suramérica y en el Pacífico del Sur. La producción se hace actualmente según procedimientos muy avanzados y a veces uniformes, pero la expresión de la cultura del país y de su artesanado se transparenta siempre en la imagen representada, confiere al sello todo su valor y sigue despertando nuestra emoción, objetivo apenas disimulado de la figurina postal.

Fotos:

Fig. 1. – Suiza: La madera suiza; naturalmente.

Fig. 2. – Austria: El mundo de los cristales de Swarovski.

Fig. 3. – Efecto 3D para los 28º Juegos Olímpicos en Atenas en 2004.

Fig. 4. – Bordados italianos.

Fig. 5. – Toutankhamon, faraón de oro.

Fig. 6. – Polinesia Francesa: Sello aromático – Ananás.