

UNION POSTALE

marzo 2007

.....
La actualidad que impulsa
al sector postal



UPU, institución especializada
de las Naciones Unidas

1



Operación «Seducción»

Los museos se exponen



Dateurs et Dateur à rouleau pour la Poste

1 Dateurs postaux modèles 26 et 242

Ajustage par batonnet
Hauteur des chiffres:
3 mm
Plaques de texte
standard
30 et 35 mm Ø
Date en différentes
exécution

2 Tampon encreur modèle 123 pour dateurs postaux

Boitier plastique avec
couvercle amovible:
135 mm Ø

3 Dateur avec plaque de texte modèle D28c

Ajustage batonnet
Hauteur des chiffres:
3 mm
Plaques de texte
acier 29 mm Ø
Date en chiffres,
année entière

4 Dateur à rouleau modèle 130

Ajustage batonnet
Hauteur des chiffres:
3 mm
Rouleau acier 26 mm Ø
Empreinte: 29 mm Ø
Date en différentes
exécution

REINER

Indice



El Museo de la comunicación de Berna está consagrado a la comunicación en todas sus formas; postal, claro está, pero también visual, oral, electrónica e incluso animal. La exposición «Horripilant: los animales, el hombre y la comunicación» está abierta hasta el 1 de julio de 2007.

Apuntes	4
Ojeada a las actividades de la UPU	
Prólogo	5
Cubierta	
Operación «Seducción»	8
Cómo las nuevas tecnologías permiten a los museos del correo y de la comunicación acercarse a sus públicos	
Un modelo ha nacido en Bamako	14
Un nuevo servicio de transferencia de dinero cambia la situación en el mercado de cinco países africanos	
Incremento en el tráfico de encomiendas	18
Después de la reducción de los envíos de correspondencia, el boom de las encomiendas	
La entrevista	
El tándem	22
A mitad de su mandato, Edouard Dayan y Guozhong Huang establecen el balance	
Paso al diálogo	28
Las razones de la transformación de <i>Union Postale</i>	
Panorama	29
Ojeada a las actualidades postales en el mundo entero	

marzo 2007

Union Postale
Bureau international
Union postale universelle
Case postale
3000 BERNA 15, SUIZA

Teléfono: +41 31 350 33 10
Telefax: +41 31 350 31 77
E-mail: rheal.leblanc@upu.int

www.upu.int
Union Postale se publica desde 1875

Directora, Despacho y Comunicación: Juliána Nel
Redactor jefe: Rhéal LeBlanc
Redactor adjunto: Jérôme Deutschmann
Secretaria de redacción: Gisèle Coron
Grafismo: Die Gestalter, Saint-Gall (Suisse)
Impresión: Benteli Hallwag AG, Berne (Suisse)
Suscripción: publications@upu.int

Las opiniones expresadas en los artículos no son necesariamente las de la UPU. La reproducción de extractos de la publicación está autorizada siempre que vaya acompañada de la mención © Union Postale (UPU).

La reforma postal con el método PIDEP



.....
M. Raphuthing del Servicio Postal de Lesotho y Rodah Masaviru, Secretaria General Adjunta de la Unión Panafricana de Correos (UPAP), aconsejadas por Rudy Cuadra con ocasión de un taller organizado en Nairobi en enero para formar a 23 nuevos expertos PIDEP.

Actualmente, treinta y cuatro Países miembros aplican un Plan Integral de Reforma y de Desarrollo Postal (PIDEP). Otros diecisiete podrían hacer lo mismo de aquí a fines de 2007. Los Países miembros manifiestan un vivo interés por el método lanzado por la UPU en 2005 para suministrar orientaciones en lo que se refiere a la organización y al desarrollo del sector postal. Rudy Cuadra, Jefe del Programa «América Latina y Caribe» y Coordinador del PIDEP en la Oficina Internacional, estima que algunos países tienen ventaja sobre otros en este campo. Precisa, sin embargo, que un foro, previsto para el 19 de abril, con ocasión del Consejo de Explotación Postal 2007, pondrá de manifiesto cómo algunos países explotan de la

mejor manera el PIDEP para reformar el sector postal y obtener la financiación necesaria correspondiente. En 2007, la UPU proseguirá sus esfuerzos para desarrollar un enfoque regional de la reforma postal, con la actuación de 75 expertos que hasta ahora han sido formados en todas las regiones del mundo. **RL**

La cifra

3 000 000

El correo danés adopta el IPS



Una vez más, el correo de un país industrializado adopta International Postal System (IPS) aplicación de gestión del correo que asegura el seguimiento y la localización de las cartas y de las encomiendas y permite el intercambio de mensajes electrónicos con otros correos acerca de los volúmenes que llegan y que salen. El correo danés se une así a los 124 países, entre los que figuran Australia, Canadá, Francia y Grecia, que utilizan ya las aplicaciones IPS elaboradas por el Centro de Tecnologías Postales (CTP). Según Gitte S. Hegner, respon-

sable del desarrollo de los procesos informáticos, el correo danés, enfrentado a un sistema que envejece, estima que el sistema IPS representa una buena proporción calidad-precio y aprecia el hecho de que las informaciones de la UPU sobre los intercambios de correo internacional son actualizadas automáticamente y con regularidad. El CTP procede a ajustes para responder a las necesidades de los operadores del correo danés. El sistema será llevado a la práctica a fines del mes de mayo. **RL**

prólogo

Renacimiento

En este primer número de 2007 de aspectos seductores, *Union Postale* pone de relieve el patrimonio postal. Existen en el mundo numerosos museos del correo y de la comunicación que atesoran, todos ellos, un pasado que relata la evolución del sector ampliado. Con esta voluntad de abrir las perspectivas sobre las actividades del ambiente postal, y bajo el impulso de la celebración en Copenhague de una conferencia internacional de los museos postales, *Union Postale* echa una mirada sobre la transformación de dichos establecimientos al correr de los últimos años - un verdadero renaci-

miento para algunos – y cómo, frente a numerosos desafíos, intentan actualmente seducir a un vasto público. El artículo señero propone pues al lector que traspase el umbral del museo postal que más cercano tenga, o de aquel que se halle en la ciudad de sus próximas vacaciones. No cabe duda de que el lector descubrirá vestigios como esas Bolas de Moulines conservadas en el Museo del Correo de París, cuya pequeña historia es de las más apasionantes.

Por otra parte, plena luz sobre un proyecto que se ha materializado en Malí y que se ha convertido en un modelo

para la extensión de la red financiera postal en el mundo entero. Gracias a dicho modelo, los correos modernizan un servicio antes prestado sobre soporte de papel, pero que aporta también una respuesta concreta a las necesidades de los trabajadores emigrantes en materia de transferencias de dinero. Aquí también cabe hablar de renacimiento.

El redactor jefe

Este es el número de visitas que la página Web de la UPU registró en 2006. La rúbrica «Actualidades UPU» ha sido la más consultada (un 10,2%), seguida de cerca por los «Códigos postales» (un 9,6%), segui-

dos a su vez por las «Actas» (un 8,1%), por los «Documentos de las reuniones» (un 6,9%), por la Conferencia Estratégica» (un 6,2%) y por las «Aduanas» (un 5,8%).

Bajo los proyectores

¿Qué es lo que hay que saber acerca de la Unión Postal Universal y su funcionamiento? ¿Cómo se percata el correo de las nuevas tecnologías y del impulso de Internet? Todo ello se explica ahora en un video que usted encontrará en la página Web de la UPU (www.upu.int, rúbrica: «Saber más»). Esta película vuelve a trazar brevemente la historia de la Organización, explica su misión y sus actividades en relación con el sector postal mundial y la familia de las Naciones Unidas, y pone en evidencia algunos desafíos que la Unión y el correo deben afrontar actualmente. Puede

verse en inglés, árabe, francés y español. Varios Países miembros de la UPU han suministrado secuencias para esta película que fue proyectada por primera vez en la sesión de apertura de la Conferencia Estratégica de Dubai el pasado mes de noviembre. Los ecos son positivos. **RL**



apuntes

Comercio electrónico: amplias perspectivas de los correos

Los operadores postales disponen de todas las ventajas para aprovechar el progreso del comercio electrónico. Lo dice el mensaje que escribieron los expertos reunidos en la Oficina Internacional de la UPU el 20 del pasado mes de febrero con ocasión de un taller consagrado a este tema. Por razones de seguridad y de fiabilidad, los consumidores se muestran reticentes al efectuar transacciones en línea, especialmente los intercambios transfronterizos. Gracias a sus servicios de distribución y de logística (incluso en lo tocante a la devolución de mercancías), sus redes financieras (pagos electrónicos, giros y micropagos (y la extensión de su cobertura geográfica), el correo se beneficia de una ventaja considerable: la confianza que los consumidores están dispuestos a otorgarle. Así pues, abundan las razones para estimular a los operadores a incrementar su visibilidad sobre las portadas del comercio electrónico. «Un mensaje sólido se desprende de las experiencias de los correos en esta materia: una sola transacción puede generar un tráfico de encomiendas, de cartas y de transacciones financieras», recuerda Paul Donohoe experto en la Oficina Internacional. Como otros, los correos italiano, brasileño, canadiense y tunecino así lo han comprendido. Por otra

parte, el testimonio de Correos de Canadá ha suscitado un vivo interés. Gracias a su servicio «Fronteras Libres», los clientes del correo canadiense pueden adquirir desde sitios americanos productos de detallistas que no prestan el servicio de envíos a escala internacional. En el lapso de dos años, cinco millones de encomiendas han sido encaminadas en el mercado interior canadiense, gracias a este servicio. Por 100 CAD gastados en Internet, «Fronteras Libres» genera 14 CAD de ingreso postal real (ganancia derivada de la publicidad y venta por correo, del tráfico de encomiendas y de los gastos administrativos generados por la transacción). Según las últimas estadísticas, las ventas en línea aumentan por doquier en el mundo. Este aumento difiere de un país a otro, en función especialmente de la tasa de penetración de Internet, de las capacidades tecnológicas y de la posibilidad para las pequeñas y medianas empresas de desarrollar su mercado. Una estrategia común del conjunto de los operadores puede, sin embargo, elaborarse ya. Las normas legales y técnicas deberán enmarcar el despliegue de los servicios de entrega y de pago y será necesario instaurar, en estos dos campos, instrumentos de medida de la calidad de servicio. **ED**



UPU y IATA: colaboración renovada

La UPU y la Asociación del Transporte Aéreo Internacional (IATA) firmaron el 7 del pasado mes de marzo, con ocasión del World Cargo Symposium organizado por IATA en México, un protocolo de acuerdo que sienta las bases de una asociación estratégica entre ambas organizaciones.

«Crecimiento del mercado, calidad de servicio, integración de las nuevas tecnologías, normalización y seguridad: los sectores aéreo y postal comparan, más que nunca intereses comunes», declaró el Director General, Edouard Dayan. Esta asociación nos permitirá hacer frente juntos a los de-

safíos con los que nos enfrentamos.»

Por otra parte, con ocasión de un foro sobre la gestión del correo transportado por vía aérea, Edouard Dayan indicó que los sectores postal y aéreo deberían interconectar mejor sus redes EDI, a fin de permitir a las compañías aéreas saber de antemano el peso exacto del volumen de correo a transportar y gestionar mejor los cargamentos. Una veintena de ellas intercambian actualmente mensajes EDI con más de 30 operadores postales. El Director General insistió también sobre la eficacia de las compañías

aéreas para transportar el correo, en la medida en que los operadores postales públicos se orientan cada vez más hacia un sistema de remuneración en función de los resultados. «El transporte rápido y confiable del correo es un objetivo común para la IATA y la UPU y las nuevas tecnologías son instrumentos indispensables para obtener mayores rendimientos y reforzar la eficacia. Este nuevo protocolo de acuerdo nos ayudará a realizar estos objetivos», declaró, por su parte, Giovanni Bisignani, Director General y Presidente-Director General de la IATA. **RL**

M38 e IFS indisolubles

Unos 35 países miembros de la red International Financial Services (IFS) intercambian actualmente mensajes electrónicos según la norma M38. En un contexto en el que los correos son cada vez más numerosos en transferir el dinero electrónicamente, la norma aporta una solución tecnológica «que confiere seguridad al contenido de un fichero y permite luchar mejor contra el blanqueo de dinero y otras actividades financieras y legales»,

indica David Avsec, responsable de los desarrollos informáticos en el Centro de Tecnología Postal (CTP). La concepción de dichos mensajes es fruto de un trabajo estrecho y acertado de dos años entre el Grupo «Normalización» y el CTP. Las informaciones confidenciales sobre el importe, los nombres de los destinatarios y las direcciones van criptografiadas y no pueden ser leídas por el operador de destino, mientras que otros datos sobre el

encaminamiento, la compensación, los identificantes de los giros y el seguimiento, se expresan con claridad y pueden pues servir para la evaluación de la eficacia. M38 es una norma flexible, gracias a la cual los operadores postales intercambiaron entre ellos más de 140 000 mensajes en 2006, lo cual representa un aumento del 80% con respecto a 2002. **JD**

Sobre el terreno

Yoann Orfeuvre, especialista en el Centro de Tecnologías Postales de la UPU, se trasladó a Nueva Delhi en febrero para instalar la aplicación IFS y asegurar la formación operativa y técnica a una decena de personas del correo hindú, entre las que figuran Avnesh Tyagi y Manish Gupta. India, segundo país del mundo por la cantidad de transferencias de dinero que recibe, después de China, se convierte pues en un importante utilizador de la red IFS, que extiende progresivamente su trama en todas las regiones del mundo (véase artículo en página 14). India figuraba también entre los nueve países de Asia que participaron en un taller IFS en el marco de la misma misión de la UPU en Nueva Delhi.



Consúltese la página «La UPU en fotos» rúbrica «Actualidades UPU» del sitio www.upu.int para ver otras actividades de la UPU sobre el terreno.

Donaciones que van lejos

Si el correo de Sri Lanka ha podido comprar 120 bicicletas, una camioneta y otro material de explotación para reemplazar el que había perdido cuando el tsunami de 2004, y si el correo paquistaní ha podido obtener dos camiones después del movimiento sísmico de 2005, ello ha sido gracias al fondo especial de la UPU. Alimentado cada año por los Países miembros, el fondo financió en 2006 16 talleres de formación (calidad de servicio, contabilidad analítica, reforma postal, etc.) y cursos a distancia ofrecidos en la plataforma TRAINPOST, para más de 550 participantes en el mundo

entero. El fondo responde no sólo a las necesidades urgentes de formación o de equipamiento y suministros, sino que también contribuye a mantener la presencia de consejeros regionales de la UPU sobre el terreno. «El impacto de las acciones llevadas a cabo resulta muy positivo. Sin embargo, pese a la generosidad de algunos países, las contribuciones no alcanzan aún el nivel esperado o necesario. Nos dirigimos a los donantes para que sigan financiando acciones válidas para el conjunto del sector postal», indica Lahcène Chouiter, responsable en la Oficina Internacional de la for-

mación para los países en desarrollo. La UPU acaba de lanzar un llamamiento a todos sus Países miembros para que aporten sus contribuciones a su fondo especial en 2008. **RL**

.....
Por
Carole
Morgenthaler



.....
Museo de la comunicación
Francfort (Alemania)

Operación «Seducción»



Creado por iniciativa de Sir Rowland Hill, el Penny Black, introducido en 1840, es el primer sello del mundo.

© British Postal Museum and Archive

British Postal Museum and Archive

Londres (Gran Bretaña)
www.postalheritage.org.uk



Las técnicas de exposición ultramodernas favorecen la interactividad con los visitantes.

Museo de la Comunicación

Berna (Suiza)
www.mfk.ch



Préstamos de exposiciones, renovación de edificios, miradas diferentes sobre los tesoros que contienen, elementos interactivos: los museos postales y de la comunicación se enfrentan con los nuevos desafíos de la manera más hermosa.

Un impulso de dinamismo y de innovación vuelve a situar en primer plano los museos del correo y de la comunicación. Confrontados con cambios estructurales y nuevos desafíos, intensifican sus esfuerzos para alcanzar a un extenso público por medios técnicos actuales y valiosas colaboraciones.

Empecemos por definir el marco. Teniendo que satisfacer las necesidades de un público con frecuencia seducido por lo interactivo y lo virtual, las prácticas en materia de exposición han evolucionado mucho. Ya no se trata de mostrar sencillamente los objetos; hay que acompañarlos de una verdadera puesta en escena, efectos sonoros, películas o terminales interactivos, sin dejar de manejar los efectos de luz, a veces viva y otras veces difusa.

Hace una decena de años, los museos del correo y de la comunicación en Europa, propiedades de administraciones postales, vivían días más o menos pacíficos. Desde entonces, ha soplado el viento de la reforma en el sector postal, colocando estos museos frente a un nuevo estatuto y nuevos métodos de trabajo. Algunos han quedado



Las Boules de Moulins podían contener entre cuatrocientas y seiscientas cartas con destino a París. Inmergidas en el Sena, aguas arriba de París, rodaban en el fondo del río arrastradas por la corriente hasta París, donde una red tendida las recuperaba.

Boule de Moulins, 1870. © Musée de la poste, Paris



Correspondencia por Boule de Moulins que data del 8 de enero de 1871 y lleva el franqueo llamado del Sitio de París, y sellos de 20 céntimos de color azul Ceres. No fue recuperada hasta el 6 de agosto de 1968 en Saint-Wandrille (Sena Marítimo).

Correspondencia por Boule de Moulins, 1871
© Museo del correo, París.



Museo del correo de París

París (Francia),
www.museedelaposte.fr



Barril de roble utilizado para encaminar el correo del siglo XVII al siglo XVIII en uno de los itinerarios más peligrosos entre Suecia y Finlandia. El correo llegaba siempre a su destino, pues el barril era insubmersible.

Museo postal de Finlandia

Helsinki (Finlandia),
www.posti.fi/english/postmuseum/

en manos del operador postal nacional y deben a veces encontrar recursos financieros suplementarios para satisfacer las exigencias actuales del público. La receta milagrosa, si existe, parece perfilarse en la seducción de un amplísimo público, el dinamismo y la colaboración entre las diversas instituciones.

En busca de los pasatiempos

Según Jahri Kahru, Director del Museo postal de Finlandia, en Helsinki, «uno de los mayores desafíos que los museos postales afrontan mediante operaciones interactivas (exposiciones, publicaciones, etc.), es la competencia feroz por el tiempo que las personas dedican a sus ocios». En efecto, otras opciones fragmentan el tiempo destinado a los momentos de ocio y obligan a los museos postales a ser más competitivos adaptándose a los deseos del público.

En el Museo del correo de París, el visitante se pasea a través de los siglos en una casi penumbra, pues la luz va exclusivamente dirigida hacia las vitrinas, por las salas históricas, mientras que las salas contemporáneas están intensamente iluminadas. Esta puesta en escena coloca al visitante en

el pasado y refuerza la impresión de modernidad. Además, soportes audiovisuales acompañan los objetos destacados en cada sala.

El Museo del correo de Finlandia, que celebró su ciento cincuenta aniversario en 2006, llega incluso hasta reembolsar a los clientes no satisfechos de su visita. Pantallas táctiles, bornes interactivos, películas, páginas de Internet de la última moda, todo parece poco para satisfacer al público.

Con la intención de gustar a todos, la mayoría de los museos postales han dedicado una parte de su exposición a los niños y a los jóvenes. «Lilla Posten» en el Museo de Estocolmo, viene a ser, sin duda alguna, el ejemplo más célebre. Rodeados de profesionales, los niños se divierten en una reproducción de una oficina de correos de los años 20 completamente adaptada a sus dimensiones. Además, desde 1998, los alumnos pueden crear ellos mismos sus exposiciones, como la que versa sobre el tema del barco Titanic, organizada por alumnos de Trångsundsskolan en el año 2000. En Helsinki, la historia del correo es relatada con fondo de música rap.

Colaboraciones apreciadas

La colaboración entre los museos, de todas las categorías y de todos los países, sigue siendo una delicada operación, pero muy prolífica. En el Museo de la comunicación de Berna, la exposición temporal «horripilante, los animales, el hombre y la comunicación» se basa en tres exposiciones presentadas en los museos de Berlín, Bremen y Oldenburgo y reunidas en Berna con la colaboración del Museo de historia natural de la burguesía de Berna. Un solo billete da acceso a dos museos vecinos, enlazados para esta ocasión por un túnel en forma de oruga gigante, que lleva a los visitantes a descubrir una exposición que solicita todos los sentidos.

Los museos de la comunicación alemanes se benefician de una situación particularmente propicia para las colaboraciones: los museos de Francfort, Berlín, Nuremberg, Hamburgo y Bonn pertenecen a la misma fundación y la colaboración les permite disponer eficazmente de los fondos y alcanzar a un público más numeroso. Los museos de Dinamarca, Noruega, Suecia y Finlandia han colaborado también en ocasiones puntuales. A este respecto, está todavía por explotar mucho potencial.

Algunos museos aprovechan acontecimientos para posicionarse mejor en la vida pública. El Museo central de la comunicación A.S. Popov de San Petersburgo celebrará los ciento cincuenta años de la emisión del primer sello ruso organizando tres manifestaciones del 19 al 25 de junio de 2007. El museo será anfitrión de un foro internacional sobre el desarrollo de los servicios postales en el mundo, así como de una exposición internacional filatélica e inaugurará la renovación de la exposición de sus servicios postales. Desde el año 2003, fecha de su reapertura, este museo se halla en un fasto período, después de treinta largos años de cierre. El edificio, completamente renovado, está ahora equipado con las tecnologías más en boga para hacer apreciar su inmensa colección en su justo valor.



Cerrado durante treinta años, el museo de San Petersburgo, completamente renovado, volvió a abrir sus puertas en 2003.

Museo central de la comunicación A.S. Popov

San Petersburgo (Rusia),
www.rustelecom-museum.ru



Ettan, primer autobús motorizado del correo sueco, se utilizaba en el norte del país en los primeros años 20. Transportaba pasajeros y el correo en regiones poco pobladas.

Museo postal de Suecia

Estocolmo (Suecia),
www.postmuseum.posten.se/

Con objeto de cuidar su apariencia, otros museos han sido renovados, como en Francfort, que se ha granjeado un premio de arquitectura. Por su parte, el museo de Londres, sigue buscando un lugar digno para sus colecciones. Actualmente, funciona como sala de investigación, que no dispone de suficiente espacio para exponer sus objetos históricos. Sin embargo, facilita su descubrimiento en ocasiones especiales o en otros museos, como el Coventry Transport Museum este verano.

El Museo del Correo de Praga se ha explayado en una antigua abadía cisterciense en Vyšší Brod, no lejos de la frontera austriaca, para exponer sus fabulosos objetos históricos. Su prestigiosa colección filatélica está albergada en el recinto principal del museo en el centro de Praga, en un edificio que data del siglo XVII, y acogerá la exposición mundial de sellos de correos PRAGA 2008.

Los museos postales y de la comunicación se lanzan a una verdadera operación de seducción. ¿Cómo vamos a resistir a ella?



Ochenta Blue Mercuries austriacos, que datan de 1851. Sólo se exponen en ocasiones especiales, por ejemplo en el MonacoPhil2004.

Museo del correo

Praga (Rep. Checa)
www.cpost.cz



Los visitantes siguen con interés los relatos sobre la historia de la comunicación.

Post & Tele Museum

Copenhague (Dinamarca)
www.ptt-museum.dk



El museo postal nacional de Washington da acceso a sus colecciones a través de Internet.

Museo postal nacional Smithsonian

Washington (EE.UU)
www.postalmuseum.si.edu/

Entrevista por Carole Morgenthaler

Colecciones: «hay que interesarse por su dimensión cultural»

La Conferencia de los museos europeos de la comunicación (CECOMM) se desarrolló en el pasado mes de noviembre en Copenhague (Dinamarca). Organizada a un ritmo bianual, CECOMM constituye una de las raras ocasiones para los directores de museos postales y de la comunicación – una cincuentena de delegados de Europa, y también de Letonia, Irán, Rusia, Canadá y Chipre entre otros – para intercambiar sus experiencias y sus ideas. Mark Steadman, coordinador de CECOMM y jefe de las exposiciones en Post & Tele Museum de Copenhague, nos relata los pormenores de dicho acontecimiento y los desafíos actuales que los museos deben afrontar.

¿Cuáles son los puntos fuertes de esta conferencia?

Discutimos mucho acerca de las cuestiones relativas al público y sobre la manera de seleccionar las colecciones. Existe una impresión de que, en los museos que exponen colecciones de sellos, el público es generalmente de edad algo avanzada. Los museos necesitan encontrar una nueva manera de atraer otro público. Otras discusiones versaron sobre las diferentes maneras de exponer los sellos y de hablar de ellos. Por ejemplo, los historiadores generales y los especializados en artes contemplan los sellos bajo el ángulo de la identidad nacional. Esta dimensión cultural debe ser profundizada. También discutimos acerca de las normas nacionales adecuadas para la conservación, que no siempre ayudan a los conservadores a comprender cómo ocuparse de

objetos específicos. Por último, hablamos de las redes internacionales que permiten discutir acerca de prácticas ejemplares relativas a las exposiciones y del uso de elementos digitales. Como ustedes saben, las colecciones son inmensas, con frecuencia integradas por millones de objetos. El público tiene poco acceso al conjunto de las colecciones y resulta muy difícil hablar de las mismas y popularizarlas de alguna manera. Tenemos que pensar en cómo podemos utilizarlas y cómo separarnos de algunos objetos que existen en varios ejemplares. El Museo postal nacional Smithsonian, en Washington, vendió objetos a través de un sitio de subastas y ello le produjo mucho dinero. A nosotros, nos parece un poco raro vender colecciones, pero tenemos que estar seguros de utilizar los objetos para conservarlos.

¿Cómo popularizar las colecciones?
Hay que interesarse por su dimensión cultural. Entre nosotros, un historiador del arte trabaja desde hace tres años sobre los sellos daneses. Intentamos sensibilizar al público ante el hecho de que los sellos pertenecen a la cultura, a la identidad nacional, al patrimonio de Dinamarca, y también al arte. Este nuevo punto emerge para este tipo de colecciones en algunos

museos. Por ejemplo, el Museo postal de Canadá está relacionando las colecciones filatélicas y la cultura popular en la exposición «Post goes Pop». Esta es otra dimensión, otra cultura, pero cultura popular. También es una manera de popularizar los sellos.

¿Abordaron ustedes el aspecto financiero, es decir cómo reunir fondos para financiar las colecciones?

La financiación es una preocupación para la mayoría de los museos, pero no tuvimos largos debates sobre las fuentes o los problemas de financiación. Más bien discutimos acerca de los problemas inherentes al estatuto de fundación, especialmente nuestras relaciones con los consejos de administración y los temas que podemos abordar con ellos. Por ejemplo, en Copenhague, tenemos buenas fuentes de financiación y buenas relaciones con nuestro consejo de administración, pero cuando intentamos extender nuestros temas, ello puede ocasionar tensiones, pues tenemos que respetar algunas exigencias para con las personas que nos financian.

› Léase la entrevista en su integridad en la página Internet de *Union Postale*, donde figura sólo en francés y en inglés.

› www.upu.int/union_postale/fr/index.shtml

Algunas exposiciones postales recomendadas

Moving the Mail: from Horses to Horsepower

La fascinante historia del transporte terrestre del correo.

1° de abril-31 de octubre de 2007

Grampian Transport Museum, Alford (Reino Unido)

Con el Cartero Cheval

Homenaje y encuentro de un hombre excepcional: Ferdinand Cheval, cartero de oficio

6 de abril – 1 de septiembre de 2007.

Musée de la Poste, París (Francia)

Nueva exposición filatélica

El sello, reflejo del mundo en el cual vivimos.

A partir del 12 de mayo de 2007

Museo de la Comunicación, Berna (Suiza)

El Correo se hace pop

Cine, televisión, canción, publicidad: el correo ocupa un lugar de excepción en la cultura popular.

Hasta el 13 de abril de 2008

Museo canadiense del correo, Gatineau (Canadá)

Out Of The Mails

El servicio postal de los lados leales y revolucionarios y los desafíos del sistema postal en la posguerra.

Hasta el 31 de enero de 2008.

Nacional Postal Museum, Washington DC (Estados Unidos)

Linnaeus, the Letter-writer

Un retrato de Carolus Linnaeus, uno de los más prolíferos epistológrafos del siglo XVIII.

Hasta el 14 de enero de 2008.

Postal museum, Estocolmo (Suecia)

Un modelo ha nacido en Bamako

Un nuevo servicio «equitativo» de transferencia de dinero está cambiando la situación en el mercado de cinco países africanos. Favorece los intercambios sur-sur y tiene ante sí un hermoso futuro.

Por
**Emmanuel
Deonna**

Foto:
**Ray Witlin/
Banco Mundial**

Desde el pasado mes de diciembre, el Sr. Traoré (personaje ficticio), un burkinabés con residencia en Bamako, puede trasladarse puntualmente a una oficina de correos próxima a su domicilio para transferir dinero a su esposa que se ha quedado en Ouagadougou con los tres hijos de ambos. Para ello, utiliza el giro por expreso internacional, nuevo servicio de transferencia de dinero propuesto por el correo de Malí, y también por los de Burkina Faso, Togo, Benín y Níger.

Este servicio, lanzado conjuntamente el 19 de diciembre después de la firma de acuerdos bilaterales entre cada uno de dichos correos, se inscribe dentro de una dinámica de integración regional y constituye una respuesta eficaz a uno de los principales problemas encontrados por los trabajadores emigrantes como el Sr. Traoré: el acceso a servicios de transferencia de dinero seguros y a coste abordable.

Hay que decir que el asunto interesa a muchos actores en la escena internacional, entre los que figura el sector postal. Las transferencias de dinero por los trabajadores emigrantes se consideran hoy día únicamente como vectores importantes de reducción de la pobreza y de desarrollo económico. Según la Organización Internacional para las Migraciones, los 200 millones de trabajadores emigrantes registrados en todo el planeta transfirieron, a través de canales oficiales, no menos de 167 000 millones de USD en 2005. Entre ellos, unos 90 millones de emigrantes dejaron su país de origen para trabajar en otro país en vía de desarrollo. Los flujos que circulan de sur a sur representan entre el 30 y el 45% del importe precitado.

Las transferencias de dinero por los trabajadores emigrados se consideran como importantes vectores de reducción de la pobreza y de desarrollo económico.



Mutualizar las operaciones

En este contexto, la red postal mundial, que ya presta servicios financieros desde hace mucho tiempo, aporta su contribución a los esfuerzos globales tendentes a optimizar el potencial de las transferencias de dinero efectuadas por los emigrantes. El proyecto de Bamako ya da testimonio de ello.

«Desde el lanzamiento de la explotación del giro por expreso internacional en los cinco países pioneros, ya se ha observado una reducción de las tarifas. Algunos operadores han dividido sus precios por cuatro», destaca Arthur Kafando, Director General de Sonapost y Presidente del Comité de realización del proyecto regional «Giro por expreso internacional» a través de IFS en África Occidental y Central.

De común acuerdo, las partes contrayentes decidieron que las tarifas de los gastos de emisión del giro por expreso internacional se basarían en sus costes de explotación, mediante un margen razonable que debe convertir el giro por expreso internacional en «el servicio de transferencia de dinero electrónica más económico para los clientes», precisa el Sr. Kafando.

El círculo de los beneficiarios está ya en trance de ampliarse. Reunidos bajo el patrocinio de la Unión Panafricana de Correos, en conferencia extraordinaria en Bamako a fines de agosto de 2006, 26 directores generales de administraciones postales se comprometieron a extender el giro electrónico en 21 países que aún no están dotados del sistema IFS, ello de aquí a fines de marzo de 2007. Su objetivo: extender el servicio al conjunto del continente de aquí al mes de julio. «Gracias a este proyecto, los correos han podido comprometerse en una acción coordinada. Con la UPU, tienen la suerte de disponer de un marco multilateral en el que pueden apoyarse», destaca Henri Biadala, representante del Grupo La Poste y promotor del proyecto.

Difundido por los medios de comunicación africanos, el anuncio de la introducción de un servicio de transferencia de dinero «equitativo» parece haber cambiado ya la situación en el mercado de transferencias de dinero de los cinco países pioneros. «El volumen en este mercado rebasa ya el potencial de los giros mediante soporte de papel. Se puede pues deducir que una parte de la actividad del sector informal que normalmente se sustrae a las economías y que constituye con frecuencia una fuente de criminalidad ha sido ya captada por el nuevo servicio», dice Henri Biadala y se felicita por ello.

Debido al pequeño volumen de transferencias generado por ahora en la mayoría de los correos recién conectados con la red IFS, las operaciones son optimizadas por intermedio de un centro de llamada mutualizado de procesamiento de las operaciones, el cual garantiza el procesamiento uniforme y la calidad de servicio del giro por expreso internacional. El centro de llamada ofrece y administra una red telefónica por IP que garantiza la seguridad y la gratuidad de las comunicaciones y facilita la comunicación entre los correos. Situado en Bamako, emplea a una treintena de personas y está ligado por un contrato de prestaciones con las administraciones postales participantes. Como quiera que la experiencia ha resultado especialmente concluyente para Malí y Níger, la gran mayoría de los veintiún países africanos conectados con la red ha adoptado esta solución.

Solidaridad

¿Cómo garantizar el éxito de la red? ¿Cómo conseguir la puesta en explotación simultánea y sincronizada del giro por expreso internacional? Tales son las cuestiones muy concretas que fueron examinadas por las delegaciones de los correos africanos entre el mes de agosto y el mes de octubre de 2006, con ocasión de tres encuentros organizados por iniciativa del grupo llamado de Bamako. Estas reuniones permitieron elaborar una metodología que concierne a las cuestiones operativas, comerciales y técnicas, así como desarrollar instrumentos de planificación y de seguimiento. A fin de optimizar los intercambios a través de la red IFS, estos progresos fueron retomados por los países africanos que se sumaron a la red con ocasión de dos talleres operativos celebrados en Douala y en Dakar en diciembre de 2006 y en enero de 2007. Simultáneamente con una gestión de codesarrollo, el proyecto regional africano permite ver cómo se manifiestan formas ejemplares de solidaridad.

«Burkina Faso se ha empeñado en la organización de la red IFS en Níger. Con ocasión de los talleres operativos, los representantes de los países ya equipados con la red IFS tales como Burkina Faso, Togo, Camerún y Senegal han permitido que los nuevos llegados se beneficien de su experiencia. En los países de África de habla inglesa, Nigeria se esforzará en facilitar la extensión de la red», señalan Yoann Orfeuvre y David Avsec, del Centro de Tecnologías Postales de la UPU. Los cinco países han sabido aunar sus esfuerzos en torno a un centro de procesamiento común (véase recuadro) que permite especialmente un arranque simultáneo, el mismo día, con una calidad de servicio homogénea.

Hacia un marco multilateral

El proyecto regional contribuye también directamente a la elaboración de nuevas normas en materia de servicios de pago electrónicos. Actualmente, los operadores postales designados se benefician en este campo de la libertad contractual. Para la UPU, una nueva reformulación del Acuerdo relativo a los servicios de pago del correo, que data de 1878, tendería a posibilitar, a plazo, la aplicación de principios uniformes capaces de asegurar el desarrollo de una red de pago electrónico mundial.

Precisamente en esta vasta tarea es donde se esfuerzan, especialmente sobre la base de las informaciones obtenidas del caso africano, los expertos del Grupo «Servicios financieros postales» del Consejo de Explotación Postal. Estudian las diferentes dimensiones de un acuerdo multilateral, los problemas relativos al pago y a la compensación, así como las cuestiones ligadas al logotipo y a la imagen de marca. Transmitidas al grupo de trabajo del Consejo de Administración con miras a la celebración del próximo Congreso, sus recomendaciones destacan el papel social de los servicios de pago postales, así como las características específicas de las órdenes de pago transmitidas por vía electrónica.

Estos rasgos distintivos corresponden a los atributos del servicio de giros por expreso internacionales. Ahora bien, habida cuenta del éxito que ha conseguido hasta ahora, el proyecto regional africano puede ya ostentar la categoría de referencia, no sólo en teoría sino también en la práctica. «Un servicio que funciona bien en regiones muy pobres, donde viven numerosos emigrantes y donde los correos están subequipados, debería lógicamente poder ser reproducido en otras partes», resume Marie-Odile Pilley, experta en servicios financieros postales en la Oficina Internacional.

Se puede desde ya prever una multiplicación de la metodología emanada de los trabajos del grupo de Bamako. Una conferencia organizada por el Grupo La Poste y la Oficina Internacional que representa la red IFS y que reúne a 20 países de Asia tuvo lugar en Bangkok el pasado mes de noviembre. Diecinueve países participaron en un taller en India a fines de febrero. Otras acciones deben desarrollarse en América Latina dentro de poco. Este enfoque regional, coordinado por la Dirección del Desarrollo y de la Cooperación de la Oficina Internacional, tiene por objeto la creación de canales entre los grandes países de expedición y de recepción en el ámbito de una región, o entre dos regiones. A plazo, la trabazón a través de la red IFS debería extenderse y numerosos países podrían proponer el servicio de giros por expreso internacionales.

El buzón

“ El valor de la escritura a mano ”

Pese a la sustitución progresiva del correo físico por medios de comunicación electrónicos, hay algo que Internet no puede mejorar: el hecho de que la escritura es un reflejo de nuestra propia personalidad... No cabe ninguna duda de que nuestra escritura, con sus múltiples detalles, dice mucho acerca de nosotros mismos y de nuestra relación con el

mundo. Así pues, nuestras manos, sin la ayuda de un teclado, consiguen llenar una simple carta de informaciones infinitamente más precisas sobre nosotros que docenas de e-mails.

José Miguel Grandal López
Oficina de Correos principal
de Cartagena (España)

› Reaccione!

Las cartas a la redacción son siempre bien acogidas. Envíenos unas líneas por correo o por vía electrónica (rheal.leblanc@upu.int), procurando indicar su nombre, dirección, número de teléfono e e-mail. Si fuere necesario, la redacción recortará los textos elegidos para su publicación.

La meilleure façon pour les entreprises d'accroître leurs revenus et de communiquer avec leurs clients ?

Le courrier !

Tant que le courrier restera le média le plus efficace pour la communication d'entreprise, le secteur postal conservera son potentiel de croissance à long terme. Une croissance nourrie par une coopération accrue des postes et de leurs fournisseurs, répondant directement aux attentes des clients.

L'introduction de services innovants et l'intégration des technologies permettront d'augmenter les revenus, de réduire les coûts et de mieux fidéliser les clients. Pitney Bowes, mieux que personne, sait développer des technologies qui rassemblent postes et émetteurs de courrier au service de l'optimisation de toute la chaîne du courrier.

Pitney Bowes est actif dans 130 pays dans le monde et investit dans la croissance du marché du courrier. Nos technologies innovantes créent des solutions qui rapprochent les postes des émetteurs de courrier, pour une plus grande productivité.



Pitney Bowes, pour des partenariats qui génèrent du profit.

Outil performant de croissance durable, le courrier construit des relations commerciales performantes.

Ciblé, universel, et non-intrusif, le courrier est encore plus efficace.

Il a une capacité unique à transmettre le bon message, à la bonne personne, au bon moment.

Notre objectif ? Améliorer les résultats de tous ceux qui utilisent le courrier. Pitney Bowes investit du temps et des ressources et noue des partenariats pour faire en sorte que le courrier tienne ses promesses.

 **Pitney Bowes**

Engineering the flow of communication™





Incremento del tráfico de encomiendas

Por
Jérôme Deutschmann

Las encomiendas están en boga. Sólo los correos transportaron 6000 millones de las mismas en 2005, lo cual representa un incremento de un 11% con respecto al año precedente. Innovación y mejor servicio a la clientela son dos causas que con frecuencia se citan, pero la popularidad creciente del comercio electrónico parece que contribuye también en gran parte.

Este incremento mundial se confirma cada año algo más, según los datos recogidos por la UPU. El más fuerte crecimiento regional se ha registrado en América Latina y en el Caribe (un 12,9%), así como en los países industrializados (un 12,4%). El número de encomiendas del servicio internacional ha aumentado en un 3,4% de un año a otro hasta llegar a totalizar 43,7 millones de envíos.

El crecimiento del sector parece ser una de las consecuencias directas del lugar preponderante que ocupa actualmente el comercio en línea. Los incrementos registrados por este sector, hasta un 25% de un año a otro según los países, permiten a los expertos afirmar que el crecimiento sólo está empezando.

Ante las cifras, los correos tienen numerosas ventajas para convertirse en intermediarios de confianza entre el comerciante virtual y el comprador. Su cobertura geográfica sigue siendo inigualada, la confianza de que gozan y las estructuras logísticas que utilizan perfectamente son factores de gran importancia en este mercado potencial que se adjudica los superlativos. Los operadores privados tie-

nen actualmente la parte del león de este mercado, pero la situación puede invertirse. ¿Cómo? «Instaurando las condiciones ideales para que los correos puedan aprovecharse del impacto del comercio electrónico en las encomiendas», afirma Antonio Barqueáis, Presidente del Equipo de proyecto «compras en línea». Y compartiendo las prácticas ejemplares.

Comercio electrónico y encomiendas en línea

Al respecto, el Equipo de proyecto «Compras en línea» ha registrado los mercados ofrecidos por el comercio electrónico para los correos con el objetivo de mostrar las funciones positivas de los portales de venta en línea: métodos de pago, proveedores de alojamiento de portales, publicidad, motores de investigación, etc.

Un portal que podría suscitar emulación es CorreiosNet Shopping. Lanzado por el Correo brasileño, alberga actualmente más de 500 tiendas virtuales, sobre todo pequeñas y medianas empresas. Ofrece un servicio de pago seguro, una función de seguimiento de los pedidos en línea y de las diferentes etapas de distribución, un motor

Comercio electrónico en 2006: algunas cifras

Estados Unidos	100 000 millones de USD
Reino Unido	98 000 millones de USD
Alemania	78 000 millones de USD

Fuentes: ComScore, Forrester Research

Los quioscos automatizados del correo alemán aceptan el depósito y la recogida de encomiendas a cualquier hora del día.



de investigación de productos y de comparación de precios, así como – y esta es su particularidad – un módulo de cálculo de las tarifas de distribución nacional e internacional, rápida y económica. En resumen, todo para satisfacer al cliente potencial.

«Este sitio está teniendo un gran éxito y sirve de promotor de los servicios de encomiendas y de soluciones logísticas integradas para efectuar pedidos y utilizar los servicios del correo», señala António Braquehais. Se contabilizan cada mes más de 9 millones de transacciones. Este portal propone también el servicio de entrega por expreso e-SEDEX adaptado a las ventas en línea, que asegura a los 200 000 clientes mensuales de CorreiosNet Shopping una distribución rápida y confiable. Así pues el correo brasileño transportó 5,65 millones de encomiendas en 2006 – lo cual representa más de la mitad del comercio electrónico al por menor en línea.

En el continente africano, donde según Nielsen//NetRatings y la Unión Internacional de Telecomunicaciones, la tasa de penetración de Internet ha aumentado un 625% en seis años, el comercio electrónico ofrece un potencial importante y contribuye al bienestar económico y social de esas poblaciones que tienen acceso a las nuevas tecnologías de la información, especialmente en las oficinas de correos.

El operador marroquí Barid Al-Maghrib ha comprendido muy bien la importancia del comercio electrónico asociado a las encomiendas y se posiciona actualmente como uno de los actores más importantes de la distribución de mercaderías vendidas en línea. Para ello, ha reorganizado su servicio de distribución por expreso de las encomiendas y ha lanzado dos servicios de mensajería, AMANA ship y AMANA SMS. El primero propone el cálculo automático de las modalidades de distribución, un sistema en línea de solicitud de franqueo, el seguimiento y la localización en línea de los pedidos y un módulo de impresión de los

códigos de barras. El segundo se caracteriza por el seguimiento de la encomienda mediante la tecnología SMS.

Una red de distribución normalizada

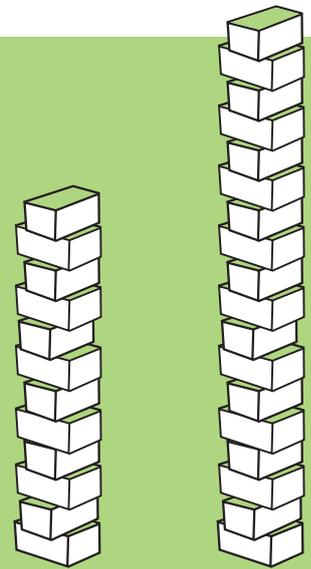
Estas innovaciones asociadas a múltiples opciones comerciales en línea son un signo claro de la voluntad de los correos de adaptar la oferta a la demanda y mostrarse receptivos ante lo que espera la clientela, ganándose así su fidelidad.

Por su parte, la UPU ayuda a los correos a responder a los clientes que quieren un servicio de encomiendas rápido y seguro. «Los correos deben adoptar una posición más comercial y reactiva si quieren adquirir nuevas partes de mercado o no perder las que ya tienen», indica Gary Simpson, Presidente del Grupo «Encomiendas» en el Consejo de Explotación Postal.

De aquí al Congreso de Nairobi, el grupo Encomiendas intentará que se adopten cierto número de exigencias mínimas para la red internacional de las encomiendas, a fin de mejorar la calidad de los intercambios. Este grupo concentra sus esfuerzos en la utilización de códigos de barras, la promoción del sistema de seguimiento y de localización para las encomiendas y en la elaboración de sistemas de evaluación gracias a los mensajes EDI que transitan a través de los diversos sistemas.

Dinamizar el producto «encomienda postal», está bien, pero también es necesario elaborar un marco reglamentario adaptado a la evolución del mercado. Un grupo de trabajo sobre la red de distribución de encomiendas ha definido prescripciones para la captación y el intercambio de datos, el seguimiento y la localización, la eficacia, la indemnización y la responsabilidad, así como la identificación de las encomiendas. En lo tocante a este último aspecto, un código de barras único de 13 caracteres debe ser estampado en todas las encomiendas que salen. Los códigos de barras ya utilizados por 120 operadores facili-

Japón, modelo en la especie



2004
1400 millones
de encomiendas
expedidas

2005
2000 millones
de encomiendas
expedidas

tan el seguimiento, reducen el riesgo de procesamiento erróneo de las encomiendas por el operador de destino y permiten insertar datos aduaneros.

Y quien dice intercambios internacionales sin fallo dice también trámites aduaneros óptimos. La publicación prevista de una guía postal sobre la exportación a través de una aplicación Web permitirá a los expedidores de encomiendas obtener informaciones sobre las normas de importación de un país de destino.

Entre estas exigencias mínimas aplicables a las encomiendas que serán perfeccionadas y progresivamente introducidas de aquí al Congreso de Nairobi, un nuevo sistema de información entre operadores, llamado Cricket hizo su aparición en enero de 2006 para acelerar el procesamiento de las reclamaciones de los clientes. Veinticinco correos ya lo han adoptado. Se prevén medidas de estímulo para aumentar el número de utilizadores, a fin de instaurar una red de distribución internacional adecuada.

El sector de las encomiendas representa uno de los mercados con futuro en el que la inversión debe ser lo más adecuada posible. Una atención especial de los correos a las nuevas costumbres de consumo de las encomiendas y alianzas con los nuevos actores económicos son, sin duda alguna, la vía a seguir para garantizarles un papel de primera importancia en este mercado tan codiciado.

Fue el Correo de japonés el que se llevó en 2005 la palma del mayor incremento, pues la cantidad de encomiendas expedidas por sus servicios pasó de 1400 millones en 2004 a más de 2000 millones en 2005.

El Sashsi Kozutsumi (booklet parcels), paquete destinado a transportar folletos o impresos a tarifas más ventajosas que las aplicadas a las encomiendas ordinarias, ha venido a ampliar la gama habitual de las encomiendas. Grandes almacenes y sociedades de venta por correspondencia adoptaron muy pronto este producto, que ofrece rebajas importantes a partir de los 500 envíos.

Otro producto, el Yu-Pack, que fue completamente modificado en 2004, experimenta también un gran éxito. Su tarificación ya no se basa en el peso sino en las dimensiones. Su precio, por su parte, sigue idéntico hasta los 30 kg. Nada detiene ya a Japan Post que comercializa actualmente Yu-Pack adaptados al transporte de bastones de golf, equipos de esquí, bolsos de viaje y mercaderías refrigeradas.

Su amplia gama de productos innovadores explica en gran parte este éxito, pero también sus alianzas con cadenas de tiendas de ultramarinos. El depósito y la recogida de encomiendas mediante receptáculos instalados en comercios de proximidad durante las horas de apertura más largas son una ventaja más para ganar nuevas partes de mercado.



El Yu-Pack.



El tándem

.....

El tándem Edouard Dayan-Guozhong Huang viene actuando a pleno rendimiento desde su llegada a la Oficina Internacional a comienzos del año 2005. A mitad del recorrido de su mandato, el Director General de la UPU y su lugarteniente establecen el balance de estos dos últimos años.



¿Cómo ha vivido usted sus dos primeros años en la UPU?

E. Dayan Mi entusiasmo no ha disminuido. Sigo albergando las mismas ambiciones de reforzar la función de la organización, desarrollar y dar a conocer su acción a todos los niveles, incrementar su legitimidad en el seno de las Naciones Unidas y a nivel internacional, y contribuir a los Objetivos del Milenio para el Desarrollo. En este sentido, la Conferencia Estratégica de Dubai ha sido un momento fuerte que ha permitido medir los primeros progresos realizados y tener más visibilidad sobre nuestra acción y nuestra función para los años venideros.

La ambición es la respuesta a las necesidades diversificadas de todos nuestros Países miembros, sin apartarse de cierta flexibilidad. Tenemos que adaptarnos a necesidades particulares, como lo hace el Centro de Tecnologías Postales que desarrolla instrumentos de vanguardia, casi listos para el uso. También hemos estructurado nuestras acciones, a fin de hacer más y mejor a menor coste, ello sencillamente trabajando de diferente manera.

Por último, es grande la satisfacción de ver que 127 países, es decir el doble desde el año 2005, participan actualmente en el control continuo de la calidad de servicio. El sector de las encomiendas ha realizado también progresos espectaculares, y la red electrónica de transferencia de dinero se desarrolla continuamente.

G. Huang Efectivamente, hemos progresado. El período que media entre dos congresos ha sido acortado y la consiguiente presión es palpable, pero tenemos que seguir adelante y aplicar la Estrategia Postal Mundial de Bucarest tal como estaba previsto.

¿Cuáles han sido los mayores desafíos durante los dos últimos años?

E. Dayan En primer lugar hemos tenido que posicionarnos en el seno de la sociedad de la información. En la Cumbre celebrada sobre este asunto en Túnez en 2005, la UPU fue designada para contribuir al desarrollo del comercio electrónico. Este reconocimiento marcó un giro histórico que colocó al sector postal en el mismo seno de las grandes

cuestiones internacionales. Además, hemos tenido que organizar una UPU vuelta hacia el conjunto de los actores del sector con la instauración del Comité Consultivo. Por último, aunque se tengan las mejores ideas del mundo y las mejores técnicas de gestión, si el personal no está motivado o no es actor del cambio, no se puede progresar. El Congreso impone un ritmo acelerado. Esto es un factor capaz de ayudar a la UPU a reformarse, pues el mundo que nos rodea cambia con gran rapidez. Así pues, hemos tenido que situarnos en orden de batalla para adaptarnos, pero también para anticipar las evoluciones de nuestro sector, reforzar nuestra función estratégica e impulsar el cambio.

El papel del sector postal en la reducción de la brecha digital fue reconocido en los documentos oficiales emanados de la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información. Además, la UPU fue designada para contribuir al desarrollo del comercio electrónico. ¿Cómo va a asumir este papel la UPU?

.....
Por
Rhéal LeBlanc

.....
Fotos:
Manu Friederich

.....

Cada vez más, los países y las organizaciones vienen hacia nosotros porque hemos hecho el esfuerzo de ir hacia ellos.

G. Huang Se trata efectivamente de una buena ocasión para hacer valer la capacidad del sector postal para recurrir a las nuevas tecnologías, modernizar y desarrollar los servicios postales y reducir la brecha digital. Nuestra red es inmensa y puede proponer, para los ciudadanos, numerosos puntos de acceso a las tecnologías y a la información. Seguimos promocionándola.

En materia de comercio electrónico, la entrega de las mercancías pedidas por Internet se hace físicamente. En este sentido, el sector postal desempeña un papel importante desarrollando el mercado de las encomiendas y poniendo de relieve la calidad de servicio. El Grupo «Productos electrónicos y servicios asociados» ha desarrollado también toda una estrategia sectorial que deberá ser integrada en la Estrategia Postal de Nairobi. La introducción del nombre sectorial post constituye por otra parte una oportunidad estratégica para todo el sector. Las nuevas tecnologías constituyen, gracias a normas técnicas comunes a adoptar a nivel mundial, una poderosa palanca para interco-

nectar redes y sistemas y favorecer la integración de la red postal mundial.

En general, ¿cómo le va actualmente al sector postal mundial?

G. Huang La pertinencia del sector postal se impone. Los servicios postales desempeñan un papel indispensable en el desarrollo de las economías, especialmente en los países en desarrollo y los países menos adelantados. En este contexto, la UPU facilita cada vez más el desarrollo de servicios postales eficaces en el mundo entero. Todavía tenemos ante nosotros un porvenir muy prometedor, y el sector contribuye mucho al desarrollo de la economía mundial.

E. Dayan La naturaleza del sector postal cambia. Situados en el mundo de la comunicación bajo todas sus formas, aseguramos la convergencia entre redes física, electrónica y financiera. La comunicación ha cesado de incrementarse al correr del tiempo. Lo que ha cambiado, son las técnicas. Las nuevas tecnologías constituyen pues oportunidades y no amenazas.

Si bien el correo urgente se estanca en los países industrializados, existe un fuerte potencial de crecimiento en los países emergentes. La mercadotecnia directa, medio de comunicación eficiente, está, por otra parte, en crecimiento por doquier. La UPU puede contribuir a este crecimiento concentrándose en la normalización, el direccionamiento, el mejoramiento de la calidad y la gestión de las devoluciones de envíos, por ejemplo, y asegurando la difusión de las prácticas ejemplares. El comercio electrónico también se encuentra en sus comienzos, pero se desarrolla intensamente.

Por último, estar en servicio de proximidad, lo más cerca de los utilizadores, constituye una evidente ventaja del sector postal.

La UPU se ha abierto considerablemente desde el Congreso de Bucarest. ¿Responde el Comité Consultivo a la función que había sido concebida para él?

E. Dayan Con la creación del Comité Consultivo, se han sentado principios y se ha superado una barrera





psicológica. Era necesario en primer lugar demostrar que la UPU podía asociar alrededor de intereses comunes organismos cuyos intereses parecían opuestos. Como organización intergubernamental, somos garantes de la neutralidad y de la independencia y de un interés general superior, el de la garantía duradera del servicio universal, del desarrollo del mercado, de la reducción de las brechas económica y digital entre países. En 2005, todo esto no estaba ganado de antemano y no lo está aún completamente, pero cada cual comprende hoy día la importancia de trabajar juntos en asuntos de interés común como la seguridad o la normalización. Más que un observador, el Comité Consultivo se ha convertido en fuerza de proposiciones. Desde este punto de vista, su lanzamiento ha sido un acierto. Actualmente, hay que actuar de modo que sea representativo de los intereses económicos y geográficos que aún no han sido tomados en consideración.

Mejoramiento de la calidad de servicio, desarrollo de las transferencias de dinero, regionalización, reforma postal... los proyectos de la UPU son ambiciosos. ¿Cómo llevar a buen término todos estos proyectos con los recursos existentes?

E. Dayan La Oficina Internacional debe adaptarse a sus nuevas misiones para responder a lo que sus miembros esperan e inscribir su acción en el entorno internacional. Desde nuestra llegada, sin revolución, pero mediante una adaptación progresiva, hemos aclarado nuestras misiones principales y nuestras prioridades. También hemos instaurado indicadores de resultados para reforzar la profesionalización del personal

y tomar en consideración las realizaciones. Ello pasa por un cambio de cultura en el funcionamiento de la Oficina, dando sentido a nuestra acción y favoreciendo el trabajo de equipo, la comunicación y la transparencia. Se está acometiendo un verdadero cambio.

Ahora bien, ¿Cómo asegurar la financiación de los proyectos en un contexto de crecimiento nominal cero?

E. Dayan Hay que dar muestras de más imaginación, pero también hay que preocuparse más del servicio prestado a nuestros miembros. Sin dejar de mejorar el servicio, la UPU debe evaluar las necesidades y colocar a sus Países miembros ante sus responsabilidades, pues les incumba definir las prioridades de acción de la organización. Hay ya dos tipos de enfoques: el presupuesto ordinario, mediante el cual se ofrecen las mismas prestaciones a todos, y los servicios opcionales, que deberían absolutamente autofinanciarse, sabiendo que los gastos de apoyo siguen todavía a cargo del presupuesto ordinario.

Sin embargo, siguen planteándose varias cuestiones. ¿Se puede organizar una estanqueidad entre el servicio básico y las opciones? Además, habida cuenta de la ayuda de las nuevas tecnologías, ¿Debemos limitarnos a definiciones estrictas de los servicios básicos conexos del servicio universal? Para desarrollar el sector de las encomiendas, ¿no debe ser integrado el seguimiento informatizado en los servicios básicos? ¿Y cómo dar a todos los países acceso a dichos servicios? Por último, si las actividades se hacen cada vez más opcionales y extrapresupuestarias, cómo pueden

orientar la acción de la organización?

El debate no es sencillo y es necesario profundizar todas las opciones posibles. Esto es lo que está haciendo actualmente el grupo presidido por Hungría, que trabaja sobre la financiación de la Unión. Por ahora, una idea se va abriendo camino y es la siguiente: pedir que toda resolución sometida al Congreso vaya acompañada de previsiones presupuestarias y de fuentes posibles de financiación.

G. Huang El crecimiento nominal cero es tal que debemos explorar otras opciones de financiación. También hemos efectuado varios cambios en la Oficina Internacional para mejorar la eficacia. Entre otros, hemos establecido el Comité de las carreras y publicado un código de conducta para favorecer el desarrollo del personal y aclarar las responsabilidades de cada cual.

¿Cómo reaccionan ustedes ante quienes dudan aún de la capacidad de la UPU para representar adecua-

damente los intereses de todos los copartícipes del sector?

E. Dayan Lo que yo observo, es que somos cada vez más creíbles debido a numerosos resultados que figuran en nuestro activo. Gozamos de un reconocimiento en el seno de las organizaciones internacionales y de las Naciones Unidas, y nuevos copartícipes participan en nuestros trabajos. Hay que tener en cuenta nuestra admisión como observador en la Organización Mundial del Comercio (OMC) y en la Organización Internacional para las Migraciones (OIM), el reconocimiento de nuestra pericia por parte de INTERPOL o también el refuerzo de nuestras relaciones con la Unión Internacional de Telecomunicaciones, la Organización Mundial de Aduanas, la Asociación del Transporte Aéreo Internacional y la Organización Internacional de Normalización. En Dubai participaron ministros, bancos de negocios, despachos de abogados y otros. Estos son otros tantos indicios. Cada vez más, los países y las organizaciones vienen hacia nosotros pues hemos hecho el esfuerzo de ir hacia ellos. Nuestra credibilidad será cada vez

Como miembros del sector, nosotros mismos podemos cambiar la imagen del servicio postal.



mayor a medida que lo demostremos mediante los resultados de nuestras acciones.

¿Tienen ustedes la sensación de que los decididotes se interesan más que antes por el sector postal?

G. Huang Por este lado se han registrado progresos. Tenemos ahora una relación más estrecha con las embajadas y, a través de ellas, conseguimos dar a conocer mejor la UPU. Nuestra organización ha sido también muy activa en el seno de las Naciones Unidas. Y cuando visitamos países, no dejamos nunca de visitar al ministro responsable del servicio postal e incluso al primer ministro o al presidente. Si bien en algunos países el gobierno no siempre hace del servicio postal una prioridad, lo importante es que los operadores postales siguen mejorando la calidad de servicio, respondiendo a las necesidades de los consumidores y de las empresas y recurriendo a las nuevas tecnologías, a fin de contribuir de la mejor manera posible al desarrollo de la economía nacional. Nosotros, miembros del sector, podemos

nosotros mismos cambiar la imagen del servicio postal.

E. Dayan A este respecto, los proyectos integrados de reforma postal lanzados por la Oficina Internacional han experimentado mucho éxito consiguiendo que los gobiernos elaboren normas de gobernación claras, a fin de favorecer el desarrollo del sector. Esto es algo nuevo. Hemos suscrito casi treinta acuerdos en menos de dos años. Además, para dar más coherencia y eficacia a nuestras acciones, establecemos planes de desarrollo regional que son verdaderas coparticipaciones con los gobiernos, las embajadas, los operadores postales, los órganos de regulación y las organizaciones regionales. Nuestras acciones están centradas en las prioridades definidas por el Congreso y elaboramos indicadores precisos aprobados por los países y la región y les ayudamos a encontrar los recursos necesarios y a medir los resultados. Esto es nuevo. Hemos comenzado en África y las demás regiones seguirán.

¿Por qué era importante que la UPU obtuviera un estatuto de observador ante la OMC y la OIM?

E. Dayan Los servicios postales están cubiertos por el Acuerdo General sobre el Comercio de los Servicios. Al mismo tiempo, es necesario garantizar el servicio universal y tener en cuenta especificidades de los países en desarrollo, disponer de una mayor seguridad jurídica en los debates sobre el acceso a los mercados y evitar tener que resolver problemas de compatibilidad entre las decisiones adoptadas por la OMC, por una parte, y la UPU, por otra. En Dubai, Pascal Lamy habló él mismo de la red de tres dimensiones y de la

importancia del sector postal para el desarrollo económico. Esto nos da una legitimidad excepcional, pues nuestras dos organizaciones contribuyen a su manera al desarrollo del comercio internacional.

Por otra parte, los fenómenos migratorios no cesan de ampliarse. En coparticipación con la OIM y utilizando las tecnologías más modernas, aportamos una respuesta adaptada al problema de las transferencias de dinero, teniendo por objetivo principal el interés de los trabajadores emigrados y actuando de conformidad con las normas internacionales relativas a la lucha contra el blanqueo de dinero o las amenazas contra la seguridad.

¿Cuáles son los ejes prioritarios de la UPU de aquí al Congreso de Nairobi?

E. Dayan En primer lugar, consolidar las acciones en curso y presentar un balance positivo de la Estrategia Postal Mundial de Bucarest. Inevitablemente, la mayoría de las acciones deberán ser proseguidas. Además, se deberá centrar la preparación del porvenir en torno a nociones emanadas de la Conferencia de Dubai, tales como la interconectividad de las redes, el papel del sector postal en la sociedad de la información, la gobernación y el desarrollo.

Paso al diálogo

Por
Rhéal LeBlanc

La publicación emblemática de la Unión Postal Universal, publicada por primera vez hace ahora 132 años, pasa por un período de cambio, al igual que el nuevo entorno en el cual evolucionan la organización y todo el sector postal.

En efecto, el paisaje postal ha evolucionado considerablemente durante estos últimos años. Por ejemplo, los miembros del Comité Consultivo participan más activamente en los trabajos de la UPU, los gobiernos crean órganos reguladores a fin de controlar mejor el mercado, en el que entran cada día nuevos operadores y el mismo sector postal se encuentra en el corazón mismo de una revolución de la sociedad de la información. Nuevas cuestiones, nuevos actores, nuevas prioridades... ya era hora de que la revista reflejara estos cambios.

Cubiertas originales, compaginación clara, nuevas rúbricas, textos más concisos... *Union Postale*, que no había cambiado desde hacía diez años, se ha ofrecido una cura de rejuvenecimiento, proponiendo así un enfoque más moderno.

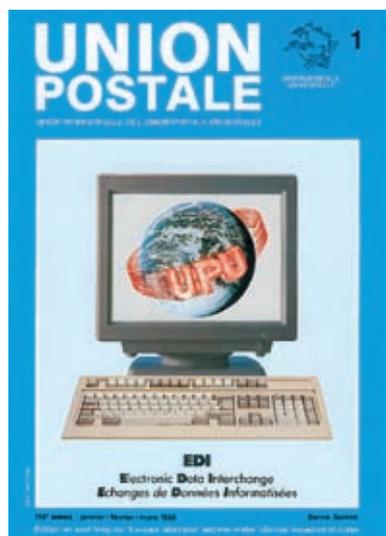
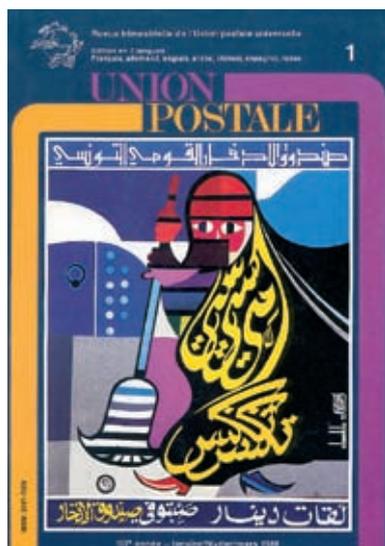
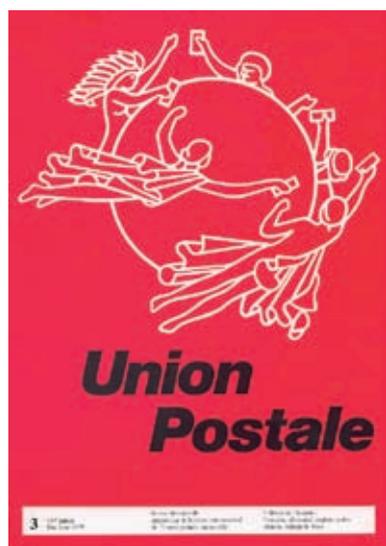
Reestructurar *Union Postale* no es sólo presentar la actualidad de manera más palmaria. Es también entablar el diálogo con los lectores y los miembros del sector postal. A tal efecto, algunas rúbricas han sido reexaminadas mientras que otras han desaparecido. La rúbrica *Diálogo con los dirigentes postales* se ha convertido en *La entrevista*, lo cual nos brinda la posibilidad de conversar con un mayor número de representantes del sector postal. Las rúbricas *Derecho a la comunicación*, *Una oficina de correos bajo los proyectores* y *Foro filatélico* han sido suprimidas, pero seguiremos proponiendo artículos en relación con estos temas cuando haya noticias interesantes que compartir. Una nueva rúbrica, *Panorama* examina los acontecimientos destacados de la actualidad postal en el mundo entero, ya sea a nivel de los operadores privados o de los operadores públicos. Otras rúbricas podrían aparecer periódicamente.

Como quiera que el espacio constituye una imposición importante, sobre todo cuando se trata de una revista trimestral, intentaremos explotar mejor Internet, a fin de transmitir a ustedes informaciones que no hayamos podido imprimir. Por ejemplo, para este primer número, la totalidad de la entrevista con Mark Steadman, del correo danés, que coordinó la organización de una conferencia internacional de los museos del Correo y de la comunicación en Copenhague en el pasado mes de noviembre, está disponible en la página Internet de *Union Postale*. El lector encontrará en ella otras fotos y objetos curiosos provenientes de las colecciones de los museos mencionados en el artículo.

Por último, las versiones árabe, china, alemana, española y rusa de la revista, al igual que las versiones inglesa y francesa, se difundirán en lo sucesivo íntegramente, con fotos e ilustraciones.

Esperamos que la nueva presentación de *Union Postale* le gustará al lector y esperamos con impaciencia sus comentarios acerca de los artículos publicados o del sector postal en general. Así pues, no vacilen en escribirnos.

.....
Union Postale al correr del tiempo:
números de 1979, 1988, 1993 y 2004.



Panorama

Reforma de los servicios postales en China

En el marco de su reforma de los servicios postales, la administración postal china ha separado sus actividades en dos entidades distintas, una autoridad de regulación encargada de controlar el mercado, State Post Bureau, y un operador designado, China Post Group Corporation, encargado de las actividades comerciales. La autoridad de

regulación deberá establecer una competencia sana y equitativa, mientras que la nueva empresa postal lanzará nuevos productos y servicios, especialmente en el sector de la mensajería por expreso, aumentará el número de implantaciones regionales y reorganizará su actividad de ahorro.

Fuente: Chinadaily.com

Servicios postales: prioridad de la Unión Europea

La liberalización de los servicios postales figura entre las prioridades de las tres presidencias sucesivas de Alemania, Portugal y Eslovenia, de la Unión Europea hasta julio de 2008. La nueva directiva sobre la última modificación del mercado interior de los servicios postales será elaborada, a fin de reglamentar un mercado que alcanza el volumen de 90 000 mi-

llones de EUR. La cuestión es tanto más importante cuanto que la Comisión Europea propone a los operadores nacionales la apertura total del mercado a la competencia en el año 2009, especialmente el final del «campo reservado» para los envíos de menos de 50 gramos.

Fuente: Presidencia alemana de la Unión Europea.

India Post adopta la RFID

India Post será una de las primeras organizaciones que utilizará la tecnología de identificación por radiofrecuencia (RFID) para las encomiendas por expreso y su infraestructura logística postal. La administración postal proyecta invertir en estas tec-

nologías de vanguardia, un sistema de seguimiento en línea para responder a las necesidades de la clientela y en la informatización de las oficinas de correos.

Fuente: The Financial Express

Algérie Poste más próxima

Algérie Poste anuncia la creación próxima de puntos postales de proximidad en las grandes ciudades argelinas, a fin de permanecer a la escucha de sus clientes y mejorar la calidad de servicio. Estos puntos postales, implantados en las zonas con densa población, permitirán a los ciudadanos informarse acerca de los diferentes servicios, consultar el sitio Internet de la empresa o retirar dinero, gracias a los 2,5 millones de tarjetas magnéticas que serán distribuidas a los titulares de cuentas postales antes de julio de 2007.

Fuente: algerie-dz.com

Un sistema GPS para el correo

El Servicio postal de Estados Unidos (USPS) anuncia que el correo inteligente revolucionará el sector en 2009. Se trata de una combinación de códigos de barras normalizados inteligentes, de seguimiento continuo del correo y de informaciones en tiempo real asequibles a los clientes. Este servicio, que será operativo en 2009, ha sido calificado de «sistema GPS para el correo» por el Postmaster General John Potter, el cual ha precisado que el código de barras normalizado inteligente será estampado en cada envío, carta y sobre grande, así como en cada contenedor.

Fuente: ePostal News

Panorama

DHL Express se orienta hacia el verde

DHL Express acaba de adquirir 21 vehículos que funcionan con gas natural, cuyas emisiones de partículas y óxido de nitrógeno son marcadamente bajas. Este modo de transporte respeta las normas y las exigencias mínimas europeas actuales y futuras en materia de calidad

del aire. Estos vehículos vienen a reforzar las filas del parque de distribución de las encomiendas del Grupo Deutsche Post World Net, que cuenta actualmente con 170 vehículos ecológicos.

Fuente: comunicado de prensa de Deutsche Post

Nuevo Secretario General en PostEurop

Ingemar Persson se convirtió en el nuevo Secretario General de PostEurop el 26 del pasado mes de febrero. Ha estado al servicio del correo sueco durante 37 años, y reemplaza a Marc Pouw que ocupaba el puesto desde hacía seis años. El Sr. Persson indicó que uno de sus desafíos será mantener

«condiciones equivalentes de competencia» entre los diferentes operadores en el seno de un entorno postal cada vez más liberalizado. PostEurop, Unión restringida de la UPU cuenta con 43 operadores postales europeos en calidad de miembros.

Fuente: Comunicado de prensa de PostEurop.

Será pronto sudafricana la Aeropostal?

La Aeropostal, que entró en la leyenda gracias a Antoine de Saint-Exupéry y se llama actualmente Europe Airpost, podrá pasar a ostentar pabellón extranjero. No sólo se trata de una parte del patrimonio de la aviación civil francesa y de la memoria colectiva, sino que también es una de las principales compañías aéreas

francesas, que ocupa a más de 400 asalariados y dispone de una flota de 26 aviones, que podría pasar a manos de un adquirente potencial sudafricano. Las razones invocadas son, entre otras, ecológicas, pues la Post francesa desea reorientarse hacia el flete ferroviario, menos polucionante que el aéreo.

Fuente: Le Monde

Sindicato europeo contra la directiva postal

UNI-Europa Poste, el sindicato mundial que representa al sector postal, se ha lanzado a la lucha contra el proyecto de revisión de la directiva postal europea de liberalización total del mercado en el año 2009. Según su presidente, John Pedersen, la liberalización total del mercado originará la pérdida de miles de puestos de trabajo, que serán eventualmente dotados de manera precaria, temporal o a tiempo parcial. También ha destacado la importancia de conservar el servicio postal universal, así como una tarificación uniforme en la formulación de la nueva directiva.

Fuente: Comunicado de prensa de Unipostal

ZIMPOST invierte

ZIMPOST gastará este año por lo menos 3000 millones de USD para la construcción de dos nuevos barcos de correos, la adquisición de vehículos de transporte de correo y la creación de 10 oficinas móviles en las regiones periféricas del país. Estos gastos corren parejos con la diversificación de algunos de sus servicios como la mensajería por expreso y la formación de coparticipaciones con casas de edición, sociedades de seguros y la radiotelevisión nacional.

Fuente: AllAfrica.com

IPS

International Postal System

Systeme complet pour la gestion du courrier international

Ces douze dernières années, le Centre de technologies postales (CTP) de l'UPU a collaboré avec plusieurs agences postales du monde entier afin de mettre au point International Postal System (IPS).

IPS est un système complet pour la **gestion du courrier international** combinant le traitement du courrier, le suivi opérationnel et les échanges de messages EDI.

IPS offre aux agences postales la possibilité d'avoir une **vision précise et complète de toutes les étapes du cheminement de leur courrier** entre les points d'origine et de destination, comprenant les bureaux d'échange de transit, les transporteurs internationaux et les opérations de traitement par la douane.

L'application IPS **aide les postes à gérer et à améliorer la qualité de leur service de courrier international**, grâce à une évaluation complète du cycle de distribution du courrier et au contrôle de bout en bout de l'acheminement des envois, des récipients et des dépêches.

Les services postaux internationaux, tels qu'IPS, IPS Light et PSSG, sont aujourd'hui exploités par plus de 120 organisations postales. Ils ont vu le jour grâce à la coopération et à l'échange de connaissances entre les administrations postales sous l'égide de la Coopérative télématique. Conçu par le CTP, IPS constitue un outil complet permettant de gérer l'ensemble du processus de transmission du courrier. Le système peut être adapté aux besoins des autres organisations et facilement couplé à d'autres applications.

Contact

- Adresse: Centre de technologies postales - Bureau international - Union postale universelle - Case postale 13 - 3000 BERNE 15 - SUISSE
- Téléphone: +41 31 350 31 11 / Télécopie: +41 31 352 43 23
- Courriel: info.ptc@upu.int



Partage d'expertise.



DU SYSTÈME DE TRI HAUTE PERFORMANCE AUX SOLUTIONS CLEFS EN MAIN

Pour traiter le courrier dans un temps toujours plus court, SOLYSTIC s'appuie sur son expertise tant au niveau humain que technique. Écouter, comprendre vos besoins, établir un diagnostic, réagir en temps réel, proposer des solutions adaptées... Depuis plus de 50 ans, SOLYSTIC est un partenaire privilégié des services postaux du monde entier. Partagez cette expertise, elle fait toute la différence.

SOLYSTIC a remporté le Trophée International des Technologies



Des solutions postales d'avenir

SOLYSTIC S.A.S - 14, avenue Raspail - 94257 Gentilly CEDEX - France
Tél: +33 (0)1 49 69 41 00 - Fax: +33 (0)1 45 47 82 20 - www.solystic.com

