

Número 3/2005

Julio

Agosto

Setiembre de 2005

UNION POSTALE 3

En este número...

Página

Cubierta

Al acercarse la segunda fase de la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información, el sector postal se prepara. Entre los 17 000 participantes que se esperan en Túnez, los representantes del sector postal estarán presentes, a fin de explicar por qué el correo debe formar parte de las estrategias que tienden a reducir, de aquí a 2015 la brecha digital en el mundo.

Prólogo

Construir juntos la sociedad de la información

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

4

Correos y la sociedad de la información

Soluciones postales para reducir la brecha digital

7

Coparticipaciones conectadas

10

¡Ojo!: Viraje en curso

12

Transferencias de dinero: el nuevo sistema

14

Rúbricas

Diálogo con los dirigentes postales

El Hadj Gley, Presidente-Director General del Correo tunecino

16

Derecho a la comunicación

Duro como roca

20

Una Oficina de correos bajo los proyectores

La oficina de Al Ain (Emiratos Arabes Unidos)

23

Foro filatélico

Al alcance de todos y en todo lugar

26

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.

Construir juntos la sociedad de la información

Conectar las comunidades del mundo entero de aquí a 2015, he aquí el ambicioso objetivo de la Cumbre Mundial sobre la sociedad de la información (CMSI), que tendrá lugar en noviembre en Túnez (Túnez). Pese a la magnitud del desafío, éste debe afrontarse, pues el acceso a las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación, así como al potencial que éstas ofrecen en materia de desarrollo social y económico, constituye una verdadera oportunidad para los países en desarrollo y para los menos adelantados.

El sector postal, bajo la égida de la UPU, toma este desafío muy en serio y se compromete a actuar estrechamente con los gobiernos, las organizaciones internacionales, el sector privado y la sociedad civil, con objeto de alcanzar el objetivo de la CMSI. El correo se presenta como copartícipe ideal en la reducción de la brecha digital. Posee la infraestructura necesaria para contribuir a la instalación de una sociedad de la información integradora, dispone de una pericia en materia de distribución de información que se remonta a varios siglos atrás y hace uso de las nuevas tecnologías para

reforzar una red de comunicación mundial que alcanza casi a todas las regiones de nuestro planeta. En la CMSI de Túnez, la UPU estará presente, a fin de defender su papel en la reducción de la brecha digital y demostrar su disponibilidad, y la de sus miembros del sector postal, para asociarse a copartícipes y a iniciativas tendentes a hacer frente a este importante desafío.

Si usted pasa por la CMSI no deje sobre todo de visitar el stand principal de la UPU en la sala de exposiciones y su stand sobre los servicios financieros postales, que forma parte del pabellón «Conectar el Mundo» de la Unión Internacional de Telecomunicaciones.

El precedente número de *Union Postale* versaba sobre el servicio postal universal, tema que merece seguir siendo ilustrado. En las páginas siguientes, presentaremos el retrato de un cartero chino convertido en un verdadero símbolo vivo del servicio universal. Desde hace años, Wang Shunyou recorre miles de kilómetros para asegurar la distribución del correo a los habitantes establecidos fuera de los caminos transitados. En el país del tao, el valiente empleado de correos constituye un emblema. Que merece ser conocido.

La redacción

El buzón

Una decisión que alegra al mundo científico

Los miembros del Drosophila Board of Directors (comité que representa los intereses de la comunidad de los investigadores que estudian la mosca drosophila – NDLR) agradecen al Servicio Postal de Estados Unidos (USPS) y al Departamento de Estado estadounidense los esfuerzos realizados para modificar el Convenio Postal Universal, a fin de permitir la expedición internacional de las moscas de la familia de las *drosophilídeas* por vía postal. La nueva reglamentación postal autoriza el intercambio de cultivos de drosophila entre investigadores científicos para favorecer la investigación biomédica del futuro.

La mosca del vinagre y las especies estrechamente emparentadas con la misma son utilizadas por más de 1700 laboratorios en unos cincuenta países. La reciente investigación en biología molecular ha demostrado que existe una gran similitud entre numerosos procesos celulares (por no decir en la mayoría de los mismos) que actúan en la mosca y en los seres humanos, y la investigación sobre la mosca drosophila permite actualmente comprender mejor los mecanismos fundamentales de algunas enfermedades humanas. Los progresos de la ciencia pretenden en gran medida que se compartan las cepas de drosophila entre los investigadores. Somos muy conscientes de que la modificación del Convenio Postal Universal ha necesitado numerosas horas de trabajo y los esfuerzos coordinados de numerosas personas en el seno de USPS y del Departamento de Estado. El Drosophila Board ha sido impresionado por la buena voluntad y el denuedo de las personas concernidas. Esperamos que cada una de ellas sea consciente de la enorme diferencia que su trabajo va a constituir para los biólogos especializados en la drosophila en todas las partes del mundo.

*Dr. Lynn Cooley,
Presidente del Drosophila Board, Yale University
New Haven, Connecticut*

Lo escrito no ha perdido nada de su poder

La escritura sigue siendo el segundo medio de comunicación utilizado por los seres humanos, y el volumen de los intercambios de correo internacional, especialmente del correo de negocios, sigue creciendo. Los volúmenes de publicidad directa interior y transfronteriza siguen creciendo debido a que la publicidad directa sigue siendo el medio más rentable de presentar ofertas a la atención de los consumidores y de las empresas. Mientras la rentabilidad de la inversión en mensajes electrónicos puede ser muy elevada tratándose de los clientes fieles y de los clientes del momento, la rentabilidad de la inversión en publicidad directa es superior si se trata de nuevos clientes, si se realiza de manera conveniente y profesional. Nuestra encuesta pone de manifiesto una rentabilidad de la inversión superior en 0.4 puntos (de 14,9 a 15,3). Recurrir a la publicidad directa viene a ser una buena opción. En realidad, las respuestas a la reciente encuesta internacional sobre la utilización del correo, realizada por la Asociación para la mercadotecnia directa, ponen de manifiesto que los organismos solicitados consagran a la publicidad directa aproximadamente un 31% de su presupuesto de mercadotecnia internacional y un 25% a la publicidad directa por vía electrónica. Mientras en el año 2003 el 42% había vendido por publicidad directa más envíos que en el año 2002, éstos fueron el 72% en el año 2005. Además, el 65% de los encuestados registraron un progreso del 10 al 20 por ciento de sus envíos con respecto al año precedente. Esto viene a ser una buena noticia para los servicios postales.

*Charles A. Prescott
Vice-Président, International Business Development
& Governmental Affairs
Asociación para la mercadotecnia directa*

Union Postale invita a sus lectores a que le escriban

Para expresar su opinión acerca de un artículo o comunicar sus impresiones sobre una cuestión que interese a la comunidad postal, sírvase enviar una carta a la redacción de *Union Postale*, procurando indicar bien su nombre, su dirección, su número de teléfono y e-mail. La redacción se reserva el derecho de modificar la extensión y de adaptar el estilo de las cartas elegidas para ser publicadas. Se ruega enviar las cartas por correo o por e-mail a rheal.leblanc@upu.int.

Apuntes

Los preparativos del Congreso van por buen camino

El Gobierno keniano ha empezado a preparar el Congreso de la UPU, que tendrá lugar en Nairobi en 2008, y ha asegurado a la Oficina Internacional que las infraestructuras instauradas en dicha ocasión estarán a la altura del acontecimiento. El Ministro de la Información y de la Comunicación, Sr. Raphael Tuju, precisó al Sr. Edouard Dayan, Director General, con ocasión de la visita de este último a Nairobi en el mes de junio, que las instalaciones para las conferencias serán modernizadas y las medidas de seguridad reforzadas, a fin de garantizar el éxito de la manifestación. El Postmaster General keniano, Sr. Dan K. Ameyo, también Vicepresidente del Consejo de Explotación Postal de la UPU, ha hecho saber que su país colaborará estrechamente con la Oficina Internacional a favor del éxito del Congreso. Además, indicó que los preparativos iban por buen camino gracias a diversas estructuras inauguradas por el Ministro. Al finalizar su visita, el Sr. Dayan dijo que Kenia disponía de los medios para acoger el Congreso en condiciones satisfactorias para todos los intervinientes. Con ocasión del período de sesiones del Consejo de Administración en octubre de 2005, la delegación keniana debería suministrar más información sobre los preparativos para el Congreso.

Modernización de los correos –

Papel clave de la tecnología

Más de 200 personas de 24 países participaron en el VII Foro Internacional y en la exposición «Pochtovaya Troika – 2005» en San Petersburgo (Federación de Rusia) a fines de junio de 2005. Esta reunión internacional organizada por el correo ruso bajo los auspicios de la UPU, cuya celebración coincidió con la presidencia del Grupo de Planificación Estratégica de la UPU para Rusia (Federación de), estaba centrada principalmente en la estrategia del sector postal frente a la liberalización del mercado y la intensificación de la competencia. «Debemos seguir la evolución del sector postal a escala mundial», declaró Igor Syrtsov, Director General del correo ruso. Las discusiones versaron, entre otros temas, sobre la necesidad de adoptar nuevas tecnologías para mejorar la calidad de los servicios postales, la reforma postal, la competitividad y el papel del sector postal en la sociedad de la información. El Sr. Edouard Dayan, Director General, explicó a los participantes que el sector postal mundial constituye un elemento fundamental de la infraestructura

económica mundial, y que la UPU se ha comprometido a promover la comunicación y a reducir la brecha social y económica entre los países y las regiones. En el marco de una exposición sobre la tecnología postal moderna, organizada al margen de la manifestación, el correo ruso y Siemens AG convinieron en crear un segundo centro de clasificación automatizado en San Petersburgo. Siemens construye actualmente en Moscú el primer centro de clasificación automatizado de Rusia (Federación de). «Estos centros de clasificación permitirán modernizar considerablemente nuestras operaciones y constituyen una etapa importante en la preparación del correo ruso para el futuro», indicó el Sr. Syrtsov. Por otra parte, el correo ruso ha firmado un acuerdo con Gilat, compañía basada en Israel, que suministrará una estación central y 500 terminales distantes con miras a la instalación de una red de comunicación telefónica por satélite y de acceso de ancha banda para la transmisión de datos. El material, que debería ser suministrado en 2005/2006, será instalado en oficinas de correos situadas en Siberia, así como en distritos extremoorientales de Rusia (Federación de).

Union Postale: nombres de lectores sorteados

Union Postale da sinceramente las gracias a los aproximadamente 300 lectores que respondieron al cuestionario enviado con el primer número de 2005. Los resultados serán publicados en el próximo número de la revista. Entre tanto, como se prometió, he aquí los resultados del sorteo efectuado para determinar los nombres de los ganadores de uno de los diez relojes de la UPU: Cun Shuanj Li (Rep. Pop. de China), Mario Leonel Madrid Anoino (Rep. de Honduras), Vesna Dimovska (ex República Yugoslava de Macedonia), Mokhtar Sadki (Marruecos), Zinaida Cosan (Moldova) Omowunmi T. Mord (Nigeria), Jennifer Morton (Saint-Kitts-y-Nevis), Serigne Gueye (Senegal), Assad Ramadan (Suiza) y Tatiana Gruzdo (Ucrania).

Una joven cubana gana el concurso epistolar 2005 de la UPU

La conmovedora carta de Lysbeth Daumont Robles, joven cubana de 14 años, ha permitido a su país adjudicarse su primera medalla de oro en el concurso anual internacional de composiciones epistolares para los jóvenes, organizado por la UPU. En su carta, esta joven de La Habana describe cómo la bravura y valentía del soldadito de plomo que sólo tenía una pierna, personaje

del cuento del mismo nombre del escritor danés Hans Christian Andersen, le ayudan a crecer a hacer frente a los problemas del mundo real.

Cathrine Dufour, 12 años, de la ciudad danesa de Hvalsø, ha obtenido el segundo premio del jurado de la UNESCO, mientras que el tercer premio ha correspondido a Katarina Jankoviæ, 13 años, de la ciudad montenegrina de Podgorica (Serbia y Montenegro).

Más de tres millones de jóvenes de menos de 15 años y de 56 países participaron en el concurso de 2005, que movilizó a unas 25 000 escuelas. El tema del concurso, «Carta a mi personaje favorito de cuento de hadas», había sido elegido para coincidir con la conmemoración del bicentenario del nacimiento de Hans Christian Andersen.

El jurado de la UNESCO ha concebido una mención especial a cada uno de los cinco jóvenes autores siguientes: Nabila Nuzhat Hye, de Bangladesh, Pedro Emanuel de Oliveira Sousa Marques, de Portugal, Aaishah Patel, de Swazilandia, Katarzyna Klis, de Polonia, y Pooja Bhatta, de Népal.

El tema del concurso internacional de composiciones epistolares para los jóvenes de 2006, «Te escribo para decirte cómo el servicio postal me ayuda a ponerme en contacto con el mundo», ha sido elegido para poner de relieve la manera como el sector postal contribuye a reducir la brecha digital relacionando a los pueblos por intermedio de los servicios físicos, electrónicos y financieros de la red postal mundial. Los jóvenes y el personal docente que deseen participar en el concurso de 2006 deben ponerse en contacto con sus administraciones postales nacionales respectivas. La fecha de clausura de las inscripciones ha sido fijada en el 30 de abril de 2006. Para más amplias informaciones sobre los galardonados del concurso de 2005 y el tema elegido para el 2006, consúltese el sitio Web www.upu.int.

Generosidad china

Con espíritu de cooperación, China ha regalado con gran generosidad un importante lote de material de explotación e informático de un valor de 1800 millones de FCFA, es decir 3,4 millones de USD, al correo de Côte d'Ivoire. A principios de este año, el correo de Côte d'Ivoire tomó posesión de 31 vehículos, entre los que figuran automóviles y camiones, 25 motocicletas, 100 ordenadores completos, así como 200 pantallas, 100 fotocopiadoras, 2500 buzones y mobiliario de oficina integrado por mesas de despacho, sillones, sillas y armarios. También forman parte de la dádiva, 50 cajas fuertes, 1064 pesacartas y

50 balanzas electrónicas, entre otros objetos. Según Sébastien Zéhi Director General del Correo de Côte d'Ivoire, esta donación ha permitido a su organización reforzar sus capacidades de funcionamiento. «Esta donación ha infundido ánimos al personal y la imagen del correo ha mejorado», quiso destacar el Director de Logística, Mamadou Konaté, encargado de la distribución del material. Y añadió que el material suministrado servirá también para que vuelvan a ser funcionales las oficinas de zonas cerradas a causa de la guerra civil en 2002. Sesenta y cuatro oficinas (el 30% de la red) están actualmente cerradas, pero el correo vuelve a abrirlas progresivamente. La donación china fue prevista en el origen con ocasión del XXIII Congreso de la UPU, que debía haber tenido lugar en Abidján. Côte d'Ivoire tuvo que renunciar a la organización del Congreso a causa de la guerra. China, pese a todo, ha querido honrar su promesa de donación, a fin de contribuir al mejoramiento de los servicios postales en el país. La ceremonia de entrega del material tuvo lugar en el Centro nacional de clasificación postal de Vridi en presencia del Presidente Laurent Gbagbo.

UPU*Clearing en plena expansión

Desde su creación en octubre de 2003, el sistema de compensación UPU*Clearing ha registrado un aumento progresivo del número de sus afiliados, que ya asciende a 29. UPU*Clearing permite a los operadores postales enviar en línea instantáneamente toda clase de facturas electrónicas que pueden ser comentadas, modificadas, aceptadas o rechazadas por los deudores, todo ello sobre una plataforma de discusión. Los aspectos inherentes a una interfaz de comunicación en línea: facilidad de utilización, rapidez de procesamiento, ciclo de compensación mensual y reducción de los gastos financieros son otros tantos elementos que gustan a los afiliados. Barid-Al Maghrib, el Correo de Marruecos se ha adherido recientemente al sistema de compensación. Mostafa Ennaciri, responsable del servicio internacional, aprecia el seguimiento en tiempo real de las transacciones con los demás correos afiliados al sistema y su reducido riesgo de fallo. Leonard Siem, gestor de proyecto en el Correo estonio, constata que los correos miembros respetan más los plazos de pago. Todas estas ventajas han animado al USPS, el correo estadounidense, a adherirse a UPU*Clearing. Según Dave Meadows, gestor de programa en la Oficina Internacional de la UPU, el elevado número de transacciones internacionales que el USPS genera actualmente (el 45% del tráfico postal mundial), permite prever un nuevo impulso para UPU*Clearing.

Para nuevas orientaciones, nuevos colegas

La Oficina Internacional acogerá este otoño a 4 nuevos funcionarios. Abdelilah Bousseta, del Correo marroquí, ocupará el puesto de Director de la Cooperación para el Desarrollo a partir de noviembre y Pascal Clivaz del Correo suizo, el de Director de Finanzas a partir de setiembre. En sustitución respectivamente de Luiz Pinheiro y Achim van der Weg, que se jubilan después de 27 y 29 años al servicio de la Unión. Por otra parte, la Estrategia Postal Mundial de Bucarest implica nuevas orientaciones para la UPU. Se trata

especialmente para la Oficina Internacional de concentrar sus esfuerzos para mejorar la calidad del servicio postal a escala mundial, y reforzar las relaciones con el conjunto de los copartícipes del sector postal. Para llevar a buen fin estos objetivos, se han creado dos cargos. Akio Miyaji, del Correo japonés, ha sido nombrado Coordinador de la Calidad de Servicio en la Dirección de las Operaciones y de la Tecnología, y el Sr. Daniel Le Goff, del Correo francés, Coordinador de las relaciones con los actores del sector postal en la Dirección de Mercados.

Fotos:

Fig. 1. – Dan K. Ameyo, Postmaster General de Kenia, muestra al Director General Edouard Dayan un espacio Internet instalado en una oficina de correos de Nairobi.

Fig. 2. – *Escritora en ciernes* Lyzbeth Daumont Robles, Cuba.

Fig. 3. – Motocicletas que forman parte del material ofrecido por China a Côte d'Ivoire.

Figs. 4–7. – Abdelilah Bousseta, Pascal Clivaz, Akio Miyaji, Daniel Le Goff.

Soluciones postales para reducir la brecha digital

Por Rhéal LeBlanc

Se esperan unos 17 000 participantes que representarán a los gobiernos, a las organizaciones internacionales, al sector privado y a la sociedad civil en la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información (CMSI), que tendrá lugar en Túnez (Túnez) del 16 al 18 de noviembre de 2005. El sector postal estará también representado para no quedar al margen de las discusiones concernientes a las estrategias que deben adoptarse, a fin de reducir, de aquí a 2015, la brecha digital.

El debate relativo al papel del sector postal en la sociedad de la información, especialmente su contribución a la reducción de la brecha digital en el mundo, está en plena actividad en la UPU desde la primera fase de la CMSI en Ginebra en diciembre de 2003. Incluso fue objeto de una resolución adoptada en el Congreso de Bucarest de 2004.

La UPU y los actores del sector postal pueden en efecto contribuir en amplia medida a afrontar los desafíos engendrados por la revolución digital. Al correr de los años, especialmente debido a la evolución de las tecnologías y de una creciente competencia y liberalización de los mercados, el sector postal ha evolucionado mucho. Ha reforzado sus dimensiones físicas, electrónicas y financieras gracias al uso razonable de las nuevas tecnologías, que le confiere actualmente un lugar privilegiado en el seno de la sociedad de la información. Además de los numerosos servicios electrónicos desarrollados por los correos individuales, la UPU, para favorecer la comunicación entre los ciudadanos del mundo entero, ha desarrollado, con la ayuda activa de sus Países miembros, toda una gama de logicales y de aplicaciones que permiten a los operadores postales públicos proponer servicios esenciales que gozan de una mejor calidad de servicio. Gracias a estos logicales, están en condiciones de seguir mejor el encaminamiento de los envíos de correo y de hacer más eficaces las transferencias de dinero internacionales, al mismo tiempo que garantizan su seguridad. Además, el Fondo para el Mejoramiento de la Calidad de Servicio (FMCS), financiado por contribuciones de los países industrializados, permite a los países en desarrollo y a los países menos adelantados adquirir la tecnología que da acceso a la red postal universal. Así pues, incluso pequeñas islas remotas pueden ponerse a tono.

«Gracias a las nuevas tecnologías adoptadas por el sector postal, lo que sale para el extranjero, ha dejado de ser la botella que se echa a la mar, explica Edouard Dayan, Director General. Con una red física electrónica y financiera integrada, el sector postal contribuye no sólo a reducir la brecha digital, sino también a reducir la brecha económica, permitiendo a los países en desarrollo adquirir estas tecnologías y esta pericia y tener un mejor acceso a los mercados de los países industrializados. Estas nuevas tecnologías representan pues una oportunidad excepcional y no una amenaza.»

Acceso inédito

Con más de 660 000 oficinas de correos por doquier en el mundo y una mano de obra de más de cinco millones de empleados, los servicios postales proponen un acceso incondicional al saber y a las tecnologías de la información y de la comunicación (TIC). Contribuyen perfectamente a la infraestructura necesaria para sentar el fundamento de una sociedad de la información integradora.

Por lo demás, las oficinas de correos han sido ampliamente identificadas como puntos de acceso ideales en el plan de acción de la primera fase de la CMSI, lo que particularmente encanta a John Pedersen, Secretario General Adjunto de UNI y Jefe de la Sección UNI Postal, organización internacional que abarca a más de 900 sindicatos obreros en el mundo entero. En su opinión, la red postal constituye una ventaja inmensa en el contexto de la nueva sociedad de la información. «Me parece inconcebible intentar desarrollar una sociedad de la información sin tener en cuenta la integración de las infraestructuras y de los servicios de comunicación existentes y futuros, incluidos los servicios postales. Estos siguen siendo esenciales para el intercambio de información entre los países industrializados y los países en desarrollo y desempeñan un papel clave en materia de desarrollo local y regional y de cohesión social, especialmente para las pequeñas y medianas empresas, con frecuencia dependientes de la presencia de los servicios postales para su funcionamiento.»

Gestión de Internet

Además de aprovechar su vasta infraestructura, el sector postal está en capacidad de contribuir a afrontar otros desafíos planteados por la sociedad de la información.

Puede además aportar una pericia en materia de gestión de Internet y participar en la creación de la confianza y de la seguridad en la utilización de las TIC, sectores considerados prioritarios por el plan de acción de Ginebra.

Por otra parte, la UPU ha respondido al informe presentado al Secretario General de las Naciones Unidas en junio por un grupo de trabajo sobre la gestión de Internet. El informe, preparado en previsión de la CMCI, aborda cierto número de cuestiones relacionadas con el funcionamiento de Internet, especialmente la polución del servicio postal – esos mensajes de naturaleza generalmente publicitaria y masiva –, la seguridad de la red Internet y el ciberdelito.

Gracias a su pericia, la UPU estima que el sector postal puede ayudar a la resolución de los problemas relacionados con la gestión de las identidades por Internet. El Convenio de la UPU establece las obligaciones reglamentarias y jurídicas aplicables al conjunto de los 190 Países miembros de la organización. En este marco jurídico, el sector postal está bien situado para responder a las exigencias de una gestión fiable de las identidades por Internet facilitando una dirección electrónica jurídicamente válida como complemento de la dirección física, lo cual reduciría los riesgos de fraude en materia de identidad. «Habida cuenta de su situación jurídica, los operadores postales públicos disponen con frecuencia de medios legales para perseguir ante la justicia a las personas que utilizan abusivamente el sistema postal, como en el caso de las cadenas de cartas. El sector postal podría pues contribuir a la definición de los reglamentos y de las políticas que rigen el uso de Internet, con objeto de gestionar mejor, e incluso reducir, la polución en el servicio postal», destaca Dean Pope, de Correos de Canadá y Presidente del Grupo «Productos electrónicos y servicios asociados».

Stefan Lindholm, del Correo sueco, comparte esta opinión y habla apasionadamente de las posibilidades de .post, nombre de ámbito concedido en principio a la UPU el año pasado por la sociedad para la atención de los nombres de ámbito y números en Internet (ICANN).

«En lo tocante a una dirección corriente de correo electrónico, un nombre de campo propone posibilidades inteligentes. El direccionamiento ha sido siempre de la competencia de los servicios postales, y la presentación de una dirección física constituye con frecuencia, para una persona, una prueba de identidad incontestable. Con .post, se podrían transportar las direcciones físicas hacia direcciones digitales, estableciendo la piedra angular del servicio postal universal del futuro. Por último, combi-

nando este sistema de direccionamiento y el uso del sello postal electrónico, los correos estarían en capacidad de proponer servicios que ofrecieran un nivel óptimo de seguridad.»

La UPU e ICANN examinan actualmente los aspectos técnicos y jurídicos relacionados con la activación del nombre de ámbito .post, que permitirá a los operadores postales privados y públicos instaurar servicios en línea y sentar su presencia en el Web. ICANN conferirá a la UPU la autoridad necesaria para establecer y gestionar las normas de utilización del ámbito .post en el marco de un espacio de comunicación fiable y seguro.

Confianza y seguridad en las TIC

Por otra parte, la UPU y sus miembros quieren contribuir a la creación de un clima de confianza y de seguridad en la utilización de las TIC. Sometidos a las legislaciones nacionales, los correos son reconocidos como terceros de confianza para el procesamiento y la transmisión de las informaciones y para el encaminamiento de las mercancías. Desarrollando su gama de servicios de correo electrónico e híbrido, extienden esta función de terceros de confianza al sector de los intercambios digitales.

Los operadores públicos postales evolucionan aquí también en un marco jurídico que les permite desempeñar un papel como autoridades de certificación. Con la llegada de Internet, numerosos documentos y mensajes que circulan en el ciberespacio son de índole confidencial o legal. Tanto los expedidores como los destinatarios necesitan una distribución segura de sus documentos, que serán recuperables exclusivamente por el o los destinatarios. Numerosas sociedades se especializan en la certificación digital pero no gozan del nivel de confianza de que se benefician los servicios postales. Como quiera que estos últimos prestan ya, para el correo físico, servicios de certificación, estos pueden muy bien ser extendidos a los envíos digitales, tal como hacen los servicios de correos italiano y francés. (Véase artículo en página 12).

Por último, como organismo de normalización que ha elaborado más de 100 normas internacionales, muchas de las cuales conciernen a la mensajería electrónica (seguimiento y localización de los mensajes, de los datos y de las mercancías) y el sello postal electrónico, la UPU asegura una comunicación postal en línea homogénea y a escala planetaria y una mejor calidad de servicio al público. La seguridad forma parte integrante de estas normas. Así pues, la norma relativa al sello postal electrónico permite asegurarse de que un mensaje electrónico provisto

de dicho sello implica la confirmación de la identidad del expedidor. La integridad del contenido del mensaje, por su inviolabilidad, resulta también preservada.

Comunicación completada

Charles Prescott, Presidente del Comité Consultivo de la UPU y Vicepresidente de los Asuntos Internacionales en la Asociación de mercadotecnia directa en Estados Unidos, resume así el puesto del sector postal en la sociedad de la información: «Se atribuye mucha importancia al lugar de Internet en el seno de la sociedad de la información – y ello acertadamente – pero, en numerosos casos, los correos están ahí para completar el proceso de comunicación. Por proceso de comunicación, entiendo aquel en el cual el expedidor envía un mensaje al destinatario que, a su vez, debe responder a este expedidor. Por ejemplo, yo puedo encontrar en Internet las instrucciones para hacer añadir páginas a mi pasaporte. Pero para ello es necesario que yo envíe por correo mi pasaporte, acompa-

ñado de la fórmula pertinente, al organismo encargado de añadir dichas páginas. Y lo mismo cabe decir de otros servicios, como la distribución de pensiones, permisos de conducir, matrículas de vehículos y otros documentos de la vida corriente. En cuanto al comercio electrónico, el correo es casi el único que puede entregar el nuevo jersey o el nuevo libro encargado por medio de Internet a su comprador y, en numerosos países, asegurar el servicio de pago de estas mercancías, servicio este sumamente importante.»

Efectivamente, para los 276 habitantes de la isla volcánica de Tristan da Cunha territorio británico situado en el océano atlántico Sur, el correo les ha abierto recientemente la puerta al mundo del comercio electrónico. Gracias al nuevo código postal TDCUIZZ atribuido a la isla por Royal Mail, los comerciantes en línea aceptan suministrar por correo las mercancías compradas por los habitantes vía Internet. De este modo, la brecha digital se reduce un tanto.

Con una red física, electrónica y financiera integrada, el sector postal contribuye no sólo a reducir la brecha digital, sino también a reducir la brecha económica.

Con .post, se podrían transportar las direcciones físicas hacia direcciones digitales, estableciendo la piedra angular del servicio postal universal del futuro.

Foto:

Varios correos han emitido sellos con ocasión de la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información.

Coparticipaciones conectadas

Por Rhéal LeBlanc

Si los habitantes de Chrzanowice (Polonia) tienen hoy día acceso a Internet, ello se debe al correo. Esta pequeña población de unos 1000 habitantes, situada a unos 200 kilómetros de Varsovia, vio el primer centro público de comunicación establecido por el correo polaco en enero de 2003. Desde entonces, otros 32 centros han sido creados en pequeñas poblaciones del país donde el acceso a los medios de comunicación, físicos o digitales, es con frecuencia difícil.

Con un mínimo de inversión y de organización por parte del correo, estos centros encarnan el fruto de un esfuerzo comunitario. Tienen la particularidad de estar situados en una biblioteca pública, donde existe también una agencia postal y un cibercafé. El o la bibliotecaria se ocupa del buen funcionamiento de los servicios.

Los actores de la sociedad de la información convienen en decir que la reducción de la brecha digital no puede ser obra de una sola organización o empresa. Las soluciones deberían pasar por coparticipaciones entre los sectores públicos y privados y los gobiernos, y los responsables de los servicios postales están dispuestos a hacer lo que les corresponda. Por lo demás, el plan de acción adoptado con ocasión de la primera fase de la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información, celebrada en diciembre de 2003 destaca la importancia de utilizar las oficinas de correos como puntos de acceso a las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación (TIC).

Mohamed Abdalla, Consejero principal ante los países árabes, en la Oficina regional árabe de la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT), en El Cairo, entrevisté numerosos proyectos que pueden ser realizados entre el sector postal y el de las telecomunicaciones. Según él, las numerosas oficinas de correos de los países árabes constituyen puntos de acceso fáciles para una gama de nuevos servicios con vocación comercial o social, por ejemplo la teleeducación y la telesalud. «Transformar centenares de oficinas de correos en centros de comunicación polivalentes tendría un efecto especialmente positivo en la vida de las personas que viven en zona rural o en regiones remotas y contribuiría a reducir la fractura digital.»

Si el sector postal puede proponer la infraestructura necesaria para facilitar el acceso a las TIC, sin embargo, se debe asegurar su conexión. Por desgracia, en numerosas regiones del mundo, la tasa de posibilidad de conexión

sigue siendo muy baja. En Africa, existe una proporción de 1,44 ordenadores por cada 100 habitantes, frente a más de 29 en las Américas y 22 en Europa, según la UIT.

Con objeto de conectar mejor el continente, la Unión Panamericana de Correos (UPAP) no ha tardado en asociarse al proyecto e-Poste Afrique. Dirigido en colaboración con la Unión Africana de Telecomunicaciones y RASCOM, una organización regional africana para la comunicación por satélite, el proyecto de una duración de cuatro años, debe estar realizado en 2008, tiende a instalar terminales multimedia en todas las oficinas de correo de Africa, a fin de dar acceso a servicios de telefonía y de telecopia e Internet, así como a numerosos otros servicios modernos relacionados con el comercio electrónico, el teleturismo, y la telemedicina o la teleagricultura.

Antes de conseguirlo, RASCOM debe poner en órbita, en junio de 2006, el primer sistema africano de telecomunicación por satélite que cubra el continente entero. Según Jilani Ben Haddada, Secretario General de la UPAP, el proyecto e-Poste Afrique contribuirá concretamente a reducir la brecha digital entre Africa y el resto del mundo. Por lo demás, el proyecto forma parte de la iniciativa «Conectar el Mundo» de la UIT.

Comunicación por satélite

Entre tanto, algunos países africanos recurren a la tecnología VSAT para entrar más rápidamente en la era digital. Gracias al apoyo de su Gobierno que ha suministrado la tecnología y el material, el correo keniano ya ha conectado, desde 2003, 400 de sus 900 oficinas de correos gracias a una red de comunicación por satélite. Esta red está organizada alrededor de una estación central que pone en comunicación microestaciones terrestres que disponen de antenas de reducida dimensión. La tecnología VSAT, cuyo despliegue es fácil y rápido, ha permitido así a las poblaciones rurales de Kenia acceder rápidamente a la autovía de la información, pues la oficina de correos se ha convertido en la rampa de acceso. Según las autoridades postales del país, el correo goza de un verdadero monopolio del servicio Internet en regiones rurales, los habitantes acuden a los centros de acceso. «En el pequeño pueblo de Wundanya una quincena de habitantes de todas las edades se presentaron un día en la oficina de correos para descubrir Internet, explica Dickson Rayori, Director General Adjunto. El servicio resultó

ser particularmente popular entre los padres que tenían hijos estudiando en el extranjero. El personal del correo les mostró cómo obtener una dirección electrónica y utilizar el ordenador; actualmente, padres e hijos pueden comunicarse más fácilmente.» El correo keniano utilizará la red para extender, de aquí a diciembre de 2005, su gama de servicios digitales entre los que figuran las transferencias de dinero. Otras oficinas de correos serán conectadas a medida que más poblaciones dispongan de corriente eléctrica.

Entre cielo y tierra

En Asia, la UPU y la UIT, India, el correo de Bután y Bhutan Telecom se han asociado para impulsar el uso de los servicios digitales entre los habitantes de Bután, pequeño reino situado al pie del Himalaya.

Desde el año 2003, gracias a los esfuerzos de los copartícipes, 17 oficinas de correos a escala del país han sido conectadas. Para un país en desarrollo, el impacto ha sido rápidamente evidente, como así ha podido constatarlo

Vishnu Calindi, jefe de proyecto en la UIT. Con ocasión de una visita a Bhután, quedó sorprendido al ver reunida alrededor de una oficina de correos una muchedumbre de estudiantes. Todos estaban allí para consultar los resultados de sus exámenes escolares publicados en el sitio Web del ministerio instalado en Thimbu.

Los copartícipes deben aún conectar otras 15 oficinas de correos, de las cuales seis en regiones del norte y del noroeste del país. La tecnología VSAT suministrada por India será utilizada para estos últimos. Una antena satélite instalada en Thimbu establecerá la conexión con los terminales instalados en las seis localidades de difícil acceso (situadas a una altitud entre 3000 y 5000 metros sobre el nivel del mar). La instalación de estos terminales, prevista para fines de agosto de 2005, no resulta fácil pues hay que transportar el material necesario por helicóptero, por porteador o a lomo de caballo o de yack. Si el transporte por helicóptero resulta caro el transporte a lomo de animal o a pie requiere mucho tiempo e implica riesgo; se necesitan siete días de marcha para llegar a algunos lugares.

Fotos:

Fig. 1. – Centro de comunicación pública en una biblioteca en Polonia.

Fig. 2. – Gracias a la tecnología VSAT, esta oficina de correos, situada en el distrito de Kajiado (Kenya), propone el acceso a Internet y a otros servicios de comunicación.

Fig. 3. – Un Maasai navega por Internet en una oficina de correos rural en Kenya (distrito de Kajiado).

¡Ojo! Viraje electrónico en curso

Por Rhéal LeBlanc

Terminales Internet, ciberadministración, servicios financieros en línea, mensajería segura, sellos postales electrónicos, certificados digitales, correo híbrido, monederos electrónicos, tarjetas inteligentes. La lista de los productos y servicios electrónicos desarrollados por los operadores postales públicos en el transcurso de los últimos años es larga. Más del 40% de los 190 Países miembros de la UPU proponen servicios postales en línea, y el 80% de los que aún no disponen de los mismos prevén hacerlo dentro de los cinco próximos años. He aquí algunos ejemplos de correos que han sabido aprovechar las nuevas tecnologías para mejorar la gama de servicios propuestos a la clientela y conducir a ésta para que entre a piso llano en una sociedad donde la información tiende a digitalizarse.

Hasta que se demuestre lo contrario – En el año 2004, el Correo francés lanzó la carta certificada electrónica, que posee el mismo valor jurídico que una carta certificada clásica. Desde su domicilio o desde el extranjero, los clientes pueden enviar una carta certificada a través del sitio Internet de La Poste. El fichero electrónico de la carta certificada es depositado en el servicio seguro y automatizado de La Poste, que lo imprime y lo entrega al destinatario. Propuesta durante las veinticuatro horas del día y durante los siete días de la semana, la carta certificada electrónica permite al expedidor demostrar el contenido de dicha carta, pues el envío va provisto de fecha y hora correspondientes al momento del depósito mediante un sello electrónico. En caso de litigio, los clientes pueden obtener las pruebas electrónicas de depósito, que son conservadas durante tres años. Pueden incluso recuperarlas en línea. Desde su lanzamiento, se han enviado más de 440 000 cartas certificadas electrónicas.

Servicios digitalizados eficaces – Desde el año 2000, la filial Postecom de Poste Italiane actúa a título de autoridad de certificación pública y entrega unos 50 000 certificados digitalizados al año. Los utilizadores son particulares, empresas privadas y organismos de la administración pública. El correo italiano explota y administra sus propios centros de datos y una infraestructura de tecnología de la información. Gracias a una red de 14 000 oficinas de correos y de 41 000 agencias postales y a su personal de venta integrado por 500 personas, Postecom propone una gama de servicios variados y fiables. Entrega certificados

de todo tipo, especialmente para las firmas, los mensajes asegurados y los servidores. Asociada con el correo italiano, Postecom se beneficia de un elevado nivel de confianza y sus servicios son particularmente apreciados por las empresas de la administración pública.

Del correo híbrido a los servicios financieros en línea – El Correo tunecino ha lanzado toda una gama de servicios electrónicos en el transcurso de los últimos años, siguiendo una estrategia centrada en la utilización de las nuevas tecnologías y del sistema digital. El WebTelegram es un servicio de recepción y de distribución de mensajes electrónicos seguros. Lanzado en 2003, permite a los clientes enviar, a partir de su ordenador, mensajes urgentes únicos o en lotes. Los mensajes son encaminados electrónicamente a la oficina de correos de distribución para su impresión y entrega en menos de veinticuatro horas. Provisto de un sistema de seguimiento y de localización, WebTelegram transmite una información seguida por Internet al cliente que ha depositado el mensaje. Las empresas aprecian mucho el servicio y el Correo tunecino procesó 600 000 mensajes WebTelegram en 2004 y espera registrar un incremento del 20% en 2005.

El Correo tunecino propone también toda una gama de servicios financieros electrónicos a través de su plataforma de pago electrónico e-DINAR. El producto más reciente, la tarjeta e-DINAR UNIVERSEL es un monedero electrónico polivalente que permite al portador, titular o no de una cuenta postal, pagar sus compras a los comerciantes provistos de terminales de pago electrónico, retirar dinero en los distribuidores de billetes y pagar sus compras de bienes y de servicios en línea. En 2004, el volumen de pagos electrónicos a través de la plataforma e-DINAR registró una evolución del 93% en 200 sitios relacionados con el comercio.

Cuestión de dinero – El correo ruso lanzó en 2004 un nuevo servicio electrónico para los giros postales del régimen interior llamado «CyberDengi» (en ruso dengi significa dinero), que reemplaza completamente a la versión en papel del giro postal. De las 400 000 oficinas de correos explotadas, 3500 de ellas, situadas en 84 regiones, están equipadas de terminales. Las demás envían una fórmula sobre papel a la oficina conectada a la red de telecomunicación más cercana. Todas las transferencias

de dinero se efectúan en un entorno de seguridad que utiliza una criptografía avanzada. Gracias a este nuevo servicio, el coste de envío de un giro postal en Rusia ha disminuido en un 35%, pues los ciudadanos pagan entre el 1 y el 5% del importe de la transferencia. Actualmente el correo ruso domina el mercado nacional de los giros postales. Al garantizar una calidad de servicio superior, espera conservar su parte de mercado en el transcurso de los próximos años y aumentar el número de servicios asociados. Según los expertos, el mercado ruso crece entre un 20 y un 25% al año.

Ciberadministración – Asociado con el Gobierno, el Correo de Qatar propone el acceso a los servicios gubernamentales en línea desde su sitio Internet. Renovación de permisos de residencia, visados, tarjetas de salud, permisos de conducción y otros, el correo de Qatar procesa unas 2000 solicitudes al mes. Los particulares pueden pagar en línea sus facturas de agua y de electricidad, entre otras. Por otra parte, los clientes que disponen de una de las 25 000 casillas postales instaladas en la oficina de correos principal de Doha están provistos de una tarjeta inteligente para abrir su casilla. Nasser Al Muzasar, Director de la administración, indica que el correo de Qatar proyecta añadir otras funcionalidades a la tarjeta inteligente, de manera que los clientes puedan, dentro de poco, utilizarla como monedero electrónico. Por último, consultando el sitio Internet del correo, los clientes sólo tienen que inscribir su número de casilla postal y su contraseña para saber si deben recuperar una encomienda o un envío certificado.

Escuela de correos – El correo brasileño ha conectado por satélite el conjunto de sus oficinas de correos en unos 5600 municipios en todo el país. «Disponemos de

la red física y digital más importante del país», destaca Antonio Braquehais, Jefe del departamento «Comercio y Operaciones Electrónicas», lo cual constituye, según él una infraestructura indispensable para el desarrollo del comercio electrónico. Además de proponer servicios financieros postales y de correo híbrido, como el telegrama electrónico (distribución asegurada en menos de cuatro horas), el correo desarrolla los servicios gubernamentales en línea. Un centenar de telequioscos instalados en Río de Janeiro, en Sao Paulo, en regiones rurales y en algunas favelas dan acceso a este tipo de servicios. «En el marco de este proyecto, hemos observado que una persona adquiere importancia al ayudar a otra. El correo desempeña pues una función pedagógica esencial, ayudando a los ciudadanos a utilizar las nuevas tecnologías.» Por otra parte, unos 85 000 brasileños han obtenido una dirección electrónica del correo, cifra que debería alcanzar los dos millones de aquí a 2007. Otro proyecto, en curso de desarrollo, consiste en armonizar las direcciones física y electrónica de una persona, facilitando así los cambios de dirección en línea.

El sello – Los abogados portugueses pueden enviar electrónicamente su documentación a la Corte, acompañada de una firma electrónica y de la marca postal electrónica del correo portugués. Más de 3000 abogados franquean así sus envíos con esta marca, y el correo procesa por término medio 15 000 envíos al mes desde que se lanzó el servicio en 2003. Las autoridades municipales y las agencias gubernamentales regionales figuran también entre la clientela, y el Ministerio de Asuntos Exteriores está ensayando actualmente la marca postal electrónica, que garantiza la hora de expedición de un envío, así como su integridad y su aceptación. Los clientes pueden enviar sus mensajes protegidos con la marca a partir de su mensajería electrónica tradicional.

Fotos:

Fig. 1. – Ahora es más fácil efectuar en Rusia transferencias electrónicas de dinero desde las oficinas de correos.

Fig. 2. – Un habitante de Qatar abre su apartado postal mediante una tarjeta inteligente.

Fig. 3. – El correo brasileño dispone de la red física y digital más importante del país.

Transferencias de dinero: el nuevo sistema

Por Rhéal LeBlanc

La versión sobre papel del giro postal está en vía de desaparición. Al modernizar este antiguo clásico del correo mediante una versión electrónica impulsada por un sistema financiero internacional (IFS), la UPU contribuye a construir una poderosa red mundial que permitirá a los correos proponer el acceso fácil a servicios financieros a precios abordables.

Vista por la UPU, la dimensión financiera de la red postal mundial constituye un elemento fundamental de los esfuerzos globales tendentes a favorecer el desarrollo de las economías y a reducir la pobreza. Ello tanto más cuanto que el fenómeno de las migraciones internacionales y de las transferencias de dinero preocupa especialmente al Banco Mundial y a los países del G8.

Según las Naciones Unidas, los trabajadores emigrantes representan el 3% de la población mundial, y las cifras demuestran que las transferencias de dinero efectuadas por estos trabajadores aumentan de año en año. Según un informe del Banco Mundial, las transferencias de dinero efectuadas por los trabajadores emigrados alcanzaron los 110 000 millones de USD en 2004, lo cual representa un aumento del 52% con respecto al año 2001. Estas transferencias de dinero constituían el 5% de las importaciones de los países en desarrollo y el 8% de las inversiones, y representan la segunda fuente de inversión en importancia en estos países después de las inversiones directas provenientes del extranjero.

También según el Banco Mundial, la emigración internacional constituiría, en este comienzo de siglo, uno de los factores más importantes en el ámbito de las relaciones económicas entre países industrializados y países en desarrollo. Un estudio demuestra que este fenómeno, acompañado de las transferencias de dinero correspondientes, tiene un impacto considerable y estadísticamente demostrado en la reducción de la pobreza en los países en desarrollo. Los autores Richard H. Adams Jr. y John Page sostienen que «los fondos enviados por los trabajadores emigrados a su país de origen tienen un profundo impacto en el nivel de vida de las personas que viven en los países en desarrollo en Asia, en Africa, en América Latina y en Oriente Medio».

Pero algunos problemas subsisten, especialmente los costes inherentes a las transferencias de dinero. Estos siguen siendo generalmente elevados, pues las tasas

cobradas en las transacciones, incluso las más pequeñas, pueden alcanzar hasta el 20% del importe enviado. Habida cuenta del importe medio transferido (200 USD), las personas que envían sumas al extranjero para atender las necesidades de sus allegados deben poder hacerlo en las mejores condiciones posibles.

Solución postal

La UPU está convencida de que la red postal mundial constituye una solución; en esta óptica, seguirá ampliando su red gracias a IFS, serie de aplicaciones que facilitan las transferencias electrónicas de fondos entre operadores postales públicos e incluso ciertos bancos.

«El acceso fácil a transferencias de dinero a precio abordable constituye una necesidad esencial para millones de personas, especialmente los trabajadores emigrados, y el sector postal dispone de las capacidades necesarias para responder a esta exigencia en virtud de su vasta red ya existente y de las nuevas tecnologías que la UPU desarrolla en beneficio de los correos con un espíritu de cooperación para el desarrollo», destaca el Director General Edouard Dayan.

Una treintena de países utilizan actualmente IFS. Las transferencias de dinero que efectúan generalmente en un plazo de dos días (o en menos de doce horas si se desea), de manera segura y fiable, lo cual responde perfectamente a las necesidades de la mayoría de los clientes que no necesitan siempre enviar urgentemente fondos y, por consiguiente, pagar el precio elevado.

Adoptando la solución IFS en el año 2003, el correo ruso ha podido optimizar la explotación de su red nacional de transferencia electrónica de dinero, al mismo tiempo que informatizaba sus pagos internacionales. En catorce meses de explotación, los intercambios internacionales han pasado de 400 a 70 000 transferencias electrónicas de fondos al mes y los plazos de transmisión han sido reducidos de veinte a tres días. El país tiende a alcanzar los dos millones de transacciones internacionales al año de aquí a 2006. En resumen, la introducción de IFS así como la informatización de los servicios de transferencias de dinero nacionales e internacionales han permitido mejorar la calidad de las prestaciones y aumentar el volumen global de los intercambios, que han pasado de cuatro a siete millones de transacciones elec-

trónicas mensuales, de las cuales la mayoría se efectúan a nivel nacional.

En Francia, donde se ha establecido una densa población de inmigrantes de los países de África de habla francesa, La Poste fue una de las primeras en conectar con la red financiera postal mundial. Actualmente, los clientes están en condiciones de efectuar con mayor facilidad transferencias electrónicas de dinero hacia el extranjero y a precios netamente más ventajosos. Por ejemplo, el envío de un giro electrónico de 200 EUR por La Poste cuesta al expedidor 10 EUR, frente a unos 25 EUR si se efectúa a través de una entidad privada.

Una decisión importante tomada en julio dará muy pronto un tono especial a la red financiera postal mundial. Efectivamente, los países árabes se han puesto de acuerdo para conectarse con la red electrónica de transferencias de fondos de la UPU, de conformidad con una recomendación de la Comisión árabe permanente de los correos, aprobada por el Consejo de ministros árabes de telecomunicaciones y de tecnología. Esta decisión incita a la UPU a trabajar estrechamente con los países árabes, a fin de establecer las conexiones necesarias para conectarlos con IFS. Habida cuenta de las especificidades de cada país, el proyecto debería ser operativo en 2006.

Argelia, Djibouti, los Emiratos Arabes Unidos, Marruecos y Túnez utilizan ya el sistema IFS de la UPU para los intercambios electrónicos de fondos, mientras que

los demás países árabes no están aún conectados con la red. Sin embargo, de los cuatro millones de habitantes que tienen los Emiratos Arabes Unidos, tres millones aproximadamente son extranjeros. La instauración de esta nueva red permitirá a esos trabajadores extranjeros efectuar rápidamente transferencias de fondos hacia su país de origen y a un coste ventajoso.

«Se trata de un proyecto esencial para el desarrollo de las economías de los países árabes y para la reducción de la pobreza en esa región», reconoce el Sr. Dayan.

Porvenir conectado

La UPU espera que su red postal financiera continúe evolucionando en el transcurso de los próximos años. Según sus proyecciones, hasta 70 países podrían conectarse que ella de aquí a fines de 2007. Por otra parte, la UPU y EUROGIRO han establecido una pasarela que facilita la transmisión de los giros postales electrónicos a través de sus redes respectivas. Pruebas efectuadas entre dos correos que utilizan la red IFS (Rusia y Ucrania) y un correo que utiliza la red EUROGIRO (Portugal) demuestran que los intercambios son eficaces. Las partes podrán pues muy pronto intercambiar transferencias de fondos entre ellas, aumentando considerablemente el número de países hacia los cuales podrán ser efectuadas transferencias de dinero de un correo a otro, e incluso de un correo a un banco.

Diálogo con El Hadj Gley

Presidente-Director General del Correo tunecino

¿Quién va a facilitar los servidores informáticos y los bornes Internet de la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información (CMSI), a Túnez del 16 al 18 de noviembre próximo? El mismo Correo tunecino. Comanditario oficial de la CMSI, el Correo tunecino está estrechamente implicado en las preparaciones. Habiendo invertido mucho en las nuevas tecnologías para dar a su actividad un impulso nuevo, que se traduce actualmente en resultados admirables (tasa de crecimiento de los ingresos de un 10,4% en 2003 y de un 10,8% en 2004), el Correo tunecino quiere demostrar al mundo entero el lugar que ocupa en el seno de la sociedad de la información, poniendo al alcance de los consumidores servicios postales físicos, digitales y financieros innovadores y respondiendo a todas las necesidades. «Hay que dar muestras de creatividad y de innovación y a veces chocar para transformar la óptica del público», dice El Hadj Gley, Presidente-Director General del Correo tunecino desde 1999. Estima por otra parte que la CMSI constituye la ocasión soñada para hacer valer el papel del sector postal en la reducción de la brecha digital.

Union Postale: ¿Por qué la CMSI representa, según usted, un acontecimiento tan importante?

El Hadj Gley: Se prevé que asistirán más de 190 países y 17 000 participantes a la CMSI, que reunirá a la vez a los gobiernos, a las organizaciones internacionales, al sector privado y a la sociedad civil para debatir acerca de las soluciones prácticas para reducir la brecha digital entre los países. La idea de celebrar una cumbre mundial sobre la sociedad de la información fue lanzada en 1998 por el Presidente de la República Tunecina, Zine El Abidine Ben Ali. Esta es la razón por la cual el país aportará todos sus esfuerzos. Se trata de una oportunidad histórica para ayudar a los países en desarrollo a encontrar soluciones concretas a los múltiples desafíos relacionadas con las tecnologías de la información y de la comunicación (TIC) y a utilizar las posibilidades de coparticipación, especialmente con el sector privado, centradas en las relaciones favorables para ambas partes entre el mundo de los negocios del Norte y el del Sur y la cooperación Sur-Sur. El sector postal debe estar presente para aportar su contribución a la reducción de la brecha digital como operador que es de gran importancia en la

difusión del acceso a los servicios basados en las nuevas tecnologías.

En cuanto al negocio postal, la utilización de las TIC es determinante para su futuro. A mi modo de ver, ya no se puede concebir la actividad postal sin recurrir a los bytes. La revolución digital transforma el territorio postal mundial. Por ejemplo, la actividad de los servicios financieros postales y el desarrollo de su infraestructura deben pasar por la utilización de los nuevos medios de comunicación. En el Correo tunecino, la difusión de los servicios financieros postales electrónicos se ha traducido en un crecimiento estable del sector del orden de un 20% anual. Por otra parte, no se pueden desarrollar los servicios tradicionales de los envíos de correspondencia o de las encomiendas sin recurrir a Internet o a otras tecnologías como el sistema de seguimiento y de localización de los envíos.

Union Postale: ¿Pero qué papel preciso puede desempeñar el sector postal en la sociedad de la información?

El Hadj Gley: El servicio postal está basado en la proximidad, y las TIC pueden favorecer más esta proximidad con la generalización de los servicios en línea y la creatividad. Por ejemplo, una oficina de correos puede adoptar la forma de un sitio Internet o de un lugar físico donde los servicios son propuestos sin la utilización del soporte papel. Una oficina de correos, es la proximidad con la clientela. Se puede estar muy cerca de nuestra clientela a través de Internet, por teléfono portátil o también por SMS. Volviendo al caso tunecino, especialmente en materia de ahorro, prácticamente cada hogar posee una cuenta en correos. Atendemos diariamente al 7% de la población en nuestras oficinas de correos o a través de nuestro centro de llamadas.

El papel del correo en la sociedad de la información es, resumiendo, la confianza, que se llamará en lo sucesivo «certificación», capital este que debe desarrollarse para colocar al correo en el corazón mismo de la economía de mañana. Si el Correo tunecino ha experimentado una tasa de crecimiento anual de dos cifras en el transcurso de los últimos años, ello se debe a las nuevas tecnologías. Lanzamos un servicio electrónico cada tres meses. Nuestros servicios electrónicos representan, por otra parte, el 15% de las actividades del correo, que ocupa así un puesto destacado en la cultura digital.

Union Postale: ¿Cómo favorece el Correo tunecino al comercio y a la administración electrónica?

El Hadj Gley: El correo desempeña un papel fundamental en el comercio electrónico, en materia de transporte, de logística y de pagos. Aproximadamente 200 almacenes en línea están conectados con el correo para asegurar los pagos electrónicos y la distribución de los productos comprados. Por otra parte, gracias a sus nuevos servicios de pago a través de Internet, el Correo permite a los clientes comprar entradas para el Festival Cultura de Cartago, entradas para los partidos de fútbol, de balonmano y de basket-ball y enviar incluso flores naturales.

En lo tocante a la administración electrónica, las perspectivas son muy vastas. El Correo tunecino asegura ya el procesamiento digital de tres millones de pensiones a jubilados. También tenemos una numerosa población estudiantil. A este respecto, el Correo asegura, con el concurso del Ministerio de Enseñanza Superior, la inscripción universitaria a distancia a través de Internet y facilita los pagos electrónicos. Los estudiantes reciben también sus becas universitarias electrónicamente a través de la red postal. El correo desempeña pues un papel estratégico en la sociedad de la información. Hay que aprovechar la considerable aportación de las TIC.

Union Postale: ¿Cómo perciben el Gobierno y el sector privado en Túnez el papel que puede desempeñar el correo en la reducción de la brecha digital?

El Hadj Gley: Este papel se percibe de manera impactante pues la utilización de las nuevas tecnologías constituye en nuestro país una opción estratégica claramente anunciada por el Presidente de la República. La tercera parte de las medidas estratégicas anunciadas en su programa electoral 2004–2009 concierne a las nuevas tecnologías, a la economía y a la administración del futuro y a la sociedad del saber. En este marco, estamos llamados a participar en el suministro de una dirección electrónica a todos ciudadanos tunecinos, a fin de facilitar su acceso a la administración y al comercio electrónico. Por lo que respecta a los servicios financieros, el sector de los negocios recurre a los cheques postales en línea y a las transferencias por Internet. Por lo demás, a través del correo es como se efectúa electrónicamente el pago de los impuestos.

Union Postale: ¿Cómo prepara el Correo tunecino a sus empleados para los desafíos del mañana?

El Hadj Gley: El correo tunecino propone una formación a distancia a través de Internet a todos sus empleados.

Consagramos a la formación aproximadamente el 2,2% de nuestro volumen de negocios. El doce por ciento de los efectivos siguen cursos por Internet para obtener un diploma que les permita avanzar en su carrera. Los cursos son asegurados por la plataforma de aprendizaje en línea del Correo tunecino que, desde 2003, alberga a TRAINPOST, el programa de formación a distancia de la UPU. Por otra parte, la UPU es la única organización de la ONU que tiene una formación en línea tan completa. Esto ha permitido al personal de más de 32 administraciones postales extranjeras seguir cursos de formación a través de Internet. Como quiera que el desarrollo de los recursos humanos es fundamental, hemos triplicado el personal de mando en el Correo tunecino. En 1999, el número de mandos con respecto al personal total era de un 5%. Actualmente es de un 14%.

Union Postale: Los países árabes han decidido recientemente sumarse a la red financiera postal de la UPU. ¿Qué significa este proyecto para el Correo tunecino y para los demás miembros de la comunidad árabe?

El Hadj Gley: Las transferencias de dinero forman parte de la actividad postal. Pero hay que asegurar su competitividad apoyándose en la rapidez, la seguridad y la buena imagen. El Correo tunecino ha emprendido reformas en todas las direcciones y ha lanzado una gama de productos electrónicos para las transferencias de divisas y las transferencias de régimen interior. Así pues, de sus 10 millones de habitantes, un millón utiliza nuestro sistema de transferencias de dinero a escala nacional.

Habida cuenta de la importancia estratégica de los servicios financieros, los correos árabes han decidido crear una red integrada para las transferencias de dinero, que será naturalmente conectada con la red mundial de la UPU. Para dichos correos, la red suprimirá la manipulación de las transferencias de fondos sobre soporte papel y mejorará la comunicación entre ellas. El proyecto es tanto más importante cuanto que el centro de soporte técnico de la UPU instalado en Túnez será transformado en centro de ampliación, a fin de facilitar la puesta en marcha de esta red en los países árabes.

Union Postale: Su informe anual menciona poco los envíos de correspondencia. ¿Cuál es su estrategia en esta materia?

El Hadj Gley: Nuestra estrategia consiste en desarrollar la calidad de los envíos de correspondencia. Esta es la razón por la cual hemos transformado toda la infraestructura de apoyo de este servicio. En primer lugar hemos rees-

estructurado los centros de distribución, después hemos mejorado la calidad de la distribución aproximadamente en un 40%. La norma media de distribución ha sido reducida de D + 3 a D + 1,8.

No obstante hay que estimular continuamente los envíos de correspondencia por las vías electrónicas, especialmente el correo híbrido. El correo híbrido, servicio que proponemos desde el año 2004, representa ya el 10% de nuestro tráfico relacionado con las cartas, y tenemos la intención de rebasar rápidamente ese límite. En el transcurso de los cinco primeros meses de 2005, hemos procesado más de cinco millones de envíos de correo híbrido.

En resumen, nuestra estrategia consiste en hacer que se decante toda la actividad clásica del correo hacia un entorno digital seguro. De aquí a 2009, todos los tunecinos deberían poseer una dirección electrónica. Así pues tenemos un calendario muy denso, pero hemos creado ya un nuevo espacio para el correo del sector de los negocios. El año pasado distribuimos aproximadamente un millón de cartas del tipo Web Telegram (véase descripción en página 12). Es diferente de una carta ordinaria, es más personalizada, más rápida y más segura. Los clientes prefieren este servicio debido a su comodidad. Este tipo de envíos ofrece también grandes ventajas: una criptología muy pronunciada le proporciona un carácter de seguridad y el sistema de seguimiento y de localización permite saber con precisión dónde se encuentra el envío desde el momento de su depósito hasta su distribución, que se efectúa dentro de menos de veinticuatro horas.

Existe también la carta con seguridad garantizada por Internet, y nos disponemos a lanzar un proyecto que permita al correo recibir todas las cartas en un formato electrónico, siempre con el sello del correo que da fe. Es un proyecto de futuro. En cuanto a las facturas, tenemos una plataforma que permite a los particulares y a las empresas consultar y pagar sus facturas de agua, de electricidad y de teléfono a través de Internet, sin tener que desplazarse hasta la oficina de correos o hasta la agencia comercial de la empresa concernida.

Union Postale: ¿Es muy reñida la competencia en el mercado postal tunecino?

El Hadj Gley: El setenta por ciento de nuestro volumen de negocios está sometido a la competencia, pero esta constituye el motor de nuestra actividad.

Tenemos dos formas fundamentales de competencia. En primer lugar la tecnología. En este sector, hay que ser reactivo, pues, si se permanece pasivo, eliminará por completo los servicios postales clásicos. Esta es la razón por la cual utilizamos las nuevas tecnologías para desarrollar nuestros propios servicios y nos beneficiamos de un gran apoyo por parte del Gobierno.

La segunda forma de competencia se sitúa a nivel financiero. Hemos multiplicado por tres el número de titulares de cuentas de cheques postales, por dos el número de cuentas de ahorro, por diez la actividad de los intercambios, por dos las transferencias de dinero. Disponemos de una parte del mercado de la telecomunicación de los giros bancarios muy importante (30%). Representamos el 20% del ahorro nacional y el 80% de las transferencias de dinero.

Para seguir siendo competitivo, la solución pasa por la calidad, la calidad y la calidad. Realizamos encuestas de satisfacción de la clientela. Para los servicios financieros gozamos de una tasa de satisfacción del 82% y de una tasa de fidelidad muy elevada. Cuando les preguntamos, únicamente el 5% de los clientes dicen que están lo bastante insatisfechos para dirigirse a otra parte. También tenemos un programa según el cual «clientes supervisores» efectúan casi 3000 visitas al año a nuestras oficinas de correos, a fin de evaluar nuestro servicio. Cada oficina o agencia es visitada por lo menos dos veces al año.

Union Postale: ¿Qué lecciones los países en desarrollo que les observan a ustedes pueden sacar de la experiencia tunecina y cómo pueden ustedes ayudarles?

El Hadj Gley: No se puede desarrollar el correo sin el apoyo del gobierno. La actividad del correo ya no se limita únicamente a la carta. La actividad del correo es sobre todo una actividad económica y social. Además, sin esta visión estratégica, es difícil avanzar y cumplir con el mandato explícito del correo. En Túnez, tenemos la suerte de tener esta visión estratégica a nivel nacional. Por otra parte, hay que estar preparados para invertir. Y hay que tener creatividad gracias, evidentemente, al desarrollo y a la promoción de los recursos humanos.

Estimamos que la creación, por la UPU, de un centro de despliegue de las tecnologías en Túnez es sumamente importante, pues los países en desarrollo necesitan soluciones adaptadas y a precios abordables.

Fotos:

Fig. 1. – El Hadj Gley, Presidente-Director General del Correo tunecino.

Fig. 2. – Sede social del Correo tunecino en Túnez.

Fig. 3. – El correo tunecino atiende diariamente al 7% de la población.

Duro como roca

Encuentro con el símbolo del servicio universal chino

China cuenta con casi 650 000 empleados postales, de los cuales 220 000 hombres y mujeres serviciales que aseguran la distribución del correo en el conjunto del territorio del país más poblado del mundo con 1300 millones de habitantes. Uno de esos empleados de correos, Wang Shunyou movilizó recientemente la atención del público. Su historia es minuciosamente relatada en los periódicos y en la televisión. ¿Por qué tanto interés por este hombre originario del distrito de Muli en el Suroeste de China?

La razón es sencilla: durante más de veinte años, Wang Shunyou ha recorrido para distribuir el correo, más de 260 000 kilómetros a pie y a caballo, atravesando las altas montañas y cruzando terrenos difíciles, con frecuencia en condiciones peligrosas. Se ha convertido en un símbolo vivo del servicio postal universal. Pero para Wang y las personas a quienes atiende, su trabajo no se resume en la distribución del correo.

Resistencia física

Para medir el compromiso y el sentido del deber del mensajero Wang, así como el agradecimiento y el respeto de que goza entre la población, hay que saber un poco más sobre esta región remota que es Muli. Este distrito tibetano autónomo se sitúa en el límite de las altiplanicies de Qinghai-Tibet y Yunnan-Guizhou, a una altitud de 4000 metros. De una belleza excepcional, tiene profundos valles y altas montañas cubiertas de bosques y también grandes ríos, tales como el Yalong. Las llanuras son raras, y los 29 pueblos periféricos no tienen comunicación por carretera. Tampoco existe comunicación telefónica. Únicamente 15 caminos, que miden juntos unos 3000 kilómetros de longitud, permiten comunicar con el mundo exterior. Sólo se pueden recorrer a pie o a caballo. Y por ellos ha transitado nuestro cartero en el transcurso de los dos últimos decenios, con su montura cargada de sacas de cartas, periódicos y encomiendas.

China cuenta aproximadamente con 200 rutas postales de este tipo, conocidas con el nombre de itinerarios ecuestres, que constituyen lo esencial mismo del servicio postal del país. Un tercio de los empleados, dos tercios de las rutas postales y tres cuartas partes de los establecimientos postales se encuentran en zonas rurales. Las

vías postales de la China rural totalizan una longitud de 3,5 millones de kilómetros.

Partiendo de la ciudad de Muli, el camino postal de Wang le conduce al pueblo de Baidiao y después a Sanjueya y Luobo. Se necesitan catorce días para recorrer los 360 kilómetros del itinerario, salvando una docena de cumbres y cuatro ríos. El mensajero efectúa el trayecto dos veces al mes.

Una vocación de padre a hijo

Wang Shunyou llegó a ser cartero tomando el relevo de su padre, quien hizo el mismo trabajo durante treinta años antes de jubilarse en 1985. Recuerda perfectamente el día en el que su padre abrió la puerta y se desplomó agarrado a la cola de su caballo. Su padre había sido afectado por la ceguera de las nieves y su madre había tratado sus ojos con una decocción de hierbas. Al día siguiente, cargó las sacas de correo en su caballo y emprendió su ruta. A los 45 años, ya no estaba en condiciones de efectuar el recorrido postal. Wang, que entonces tenía 20 años de edad, tomó el relevo. Los habitantes de los pueblos situados a lo largo del itinerario lo conocen muy bien y lo llaman, muy acertadamente, Wang el valiente.

Afrontando el peligro

Jiushijiudaoguai, que significa «noventa y nueve curvas», es un estrecho camino que serpentea a lo largo de un terreno escarpado en la ruta que recorre Wang. Son picos rocosos escarpados que se alzan sobre torrentes bravíos. Cualquier traspie puede resultar fatal. En 1995, cuando el cartero seguía a su caballo, un faisán salió volando de no se sabe donde. El caballo asustado dio una coz que alcanzó a Wang en el estómago. A pesar del dolor atroz prosiguió su camino. Al cabo de nueve días, llegó a Muli. Los habitantes lo condujeron al hospital donde una intervención de urgencia le fue practicada para quitarle una parte del intestino. Según los médicos, si hubiera llegado dos horas más tarde, no habría podido salvarse.

El peligro asecha a lo largo de todo el recorrido. En el mes de enero pasado, cuando Wang Shunyou se disponía a cruzar el puente colgante por encima del río Yalong, un cable de acero, del grosor de un brazo, cedió en uno de sus extremos. Las personas y los caballos que se encontraban en aquel momento sobre el puente cayeron al río

donde desaparecieron en las aguas heladas. Aquel fue un día de suerte para nuestro cartero.

También había rozado la muerte antes de la construcción de dicho puente. En aquella época, las personas debían cruzar el puente agarradas a un cable tendido entre las dos márgenes del río. Un día, cuando Wang estaba a punto de alcanzar la margen opuesta del río, el cable se rompió y el cartero cayó de una altura de 2 metros. Afortunadamente, cayó en tierra, pero su saca terminó en el río. Se metió en el agua hasta el pecho y ayudándose con un palo, recuperó el correo.

Vencer la soledad

Para Wang, la dificultad física no es el aspecto más duro de su trabajo. La soledad es aún peor. Con frecuencia tiene que andar durante uno o dos días sin ver a nadie. Al final del día, enciende el fuego en la penumbra crepuscular del bosque, levanta su tienda, se prepara un tazón de harina con agua o asa alguna patata para cenar, todo ello cantando. El canto y el baile están omnipresentes en la cultura Miao a la que pertenece nuestro cartero.

Cumplir la misión del servicio universal

Muli es también un rico mosaico de culturas y de costumbres locales. El distrito cuenta con 17 grupos étnicos, siendo los más importantes los tibetanos, los Yi y los Miao. La densidad de la población es allí muy baja. 120 000 personas dispersas en más de 13 000 km². El único lazo con el mundo exterior es su cartero.

El coste medio del encaminamiento de una carta en esta parte del país asciende a 29,84 CNY (aproximadamente 3 EUR). De este importe, el expedidor sólo paga 0,8 CNY (aproximadamente 0,08 EUR). El déficit anual inherente al servicio postal del distrito de Muli rebasa el millón de CNY. Pese a ello el correo y sus empleados prestan un servicio universal accesible a todos.

La entrega de Wang ha conmovido a los montañeses. En el verano de 2001, el pueblo de Baidiao fue gravemente inundado y aislado del mundo exterior. Habiendo superado los exámenes de admisión, Hai Xuyan, una joven de la comunidad Buyi, esperaba la respuesta de la universidad. Empezaba a desesperar. Y he aquí que, una tarde de lluvia, Wang llamó a su puerta. Mojado y cubierto de barro, le entregó el mensaje que había resguardado en un bolsillo interior. Ulteriormente, la Sra. Hai supo que el cartero había afrontado el peligro de los torrentes de barro y aludes de piedras para entregarle su correo.

Wang no lleva sólo cartas o encomiendas. Una vez, trajo a los campesinos mejores simientes de arroz, ayu-

dándoles así a aumentar considerablemente su cosecha. También ha llegado a veces a los pueblos de Jimaodian y Mozigou con simientes de hortalizas y ha enseñado a la gente cómo sembrarlas. Ahora, esos pueblos tienen sus propios huertos, incluso en invierno. Como quiera que los comercios son de difícil acceso para los habitantes de las regiones remotas, Wang transporta con su correo productos tales como sal, té y medicamentos.

La familia

Wang y su esposa, la Sra. Han Sa, tienen un hijo y una hija. La familia vive en Yipanzu, fuera de la población cabeza de distrito de Muli, en cuatro casitas de color ocre, hechas de un amasijo de tierra y piedras, y posee tres vacas y una docena de cabras.

El cartero considera también su caballo como un miembro de pleno derecho de su familia. En efecto, sólo pasa de veinte a treinta días al año con su esposa y sus hijos, y trescientos sesenta y cinco días con su caballo. Los recorridos de alta montaña exigen un pesado tributo a los caballos. Wang ha tenido treinta caballos en veinte años. Cuando un animal ya no está en condiciones de soportar el trayecto, nuestro cartero lo da a los campesinos.

Mejorar el servicio postal

El mayor deseo de Wang es el de que todos los pueblos y ciudades estén enlazados por carreteras que permitan reemplazar a los caballos por automóviles. Esta es también la esperanza del Gobierno y del correo del distrito. Pero la topografía compleja de aquellos parajes hace extremadamente difícil la construcción de carreteras. No obstante, se pondrán en servicio algunas carreteras este mismo año, lo cual permitirá desarrollar el transporte del correo por carretera y mejorar el servicio postal en las regiones montañosas.

Entre tanto, Wang Shunyou sigue recorriendo sus montañas mágicas para cumplir su misión postal sagrada, según su canción:

Voy por montes y valles
Reteniendo mis lágrimas
Pero para ayudar a la gente
Afrontaré la adversidad.
En el alba de mis cuarenta años,
Cruzo las montañas a caballo
Estoy al servicio de los demás
Y encuentro mi dicha en mi dura labor.

Artículo editado por Juliana Nel

Fotos:

Figs. 1 y 2. – *Una prueba física.* Existen algunos lugares, en la ruta de Wang Shunyou, donde un caballo puede apenas pasar, y por donde el cartero debe ir a pie.

Fig. 3. – *Calzado para andar.* Xiaoying, hija de Wang, con calzado de su padre. Este último gasta dos pares al mes.

Fig. 4. – *Con todos los honores,* ha sido consagrado «trabajador modelo nacional» por el Gobierno chino y «mejor empleado de correos» por el correo chino, Wang se encuentra aquí con el Vice-Primer Ministro chino Huang Ju (a la derecha) en el Gran hall del pueblo en Beijin. Liu Mingguang, Director General de la oficina de correos provincial de Sicuani, donde trabaja Wang, también está presente.

Fig. 5. – *La felicidad es...* cuando el cartero trae una carta, una encomienda, medicamentos o semillas. Cuando los clientes se alegran de su llegada, Wang es el más feliz de los hombres.

La oficina de correos central de Al Ain (Emiratos Arabes Unidos)

Por Anthony Francis D'silva, Correo de los Emiratos

Los Emiratos Arabes Unidos son un país de grandes contrastes. Las cuatro quintas partes de su territorio están compuestas por regiones desérticas y, sin embargo, se trata de un país moderno y eminentemente cosmopolita con 4,3 millones de habitantes, de los cuales más de los dos tercios son extranjeros. Este país forma una federación de siete emiratos – Abou Dhabi, Doubai, Chardjah, Adjman, Oumm al-Qaiwain, Ras al-Khaimah y Foudjairah – creada en 1971 y situada a lo largo de la punta sureste de la península arábiga, bordeada por Qatar y Oman. Debido a su corta edad, los Emiratos Arabes Unidos poseen una historia postal relativamente reciente. Antes del nacimiento de la federación, los servicios postales eran más bien rudimentarios, pero se han efectuado grandes mutaciones en todo el país desde el año 1971.

El oasis de Al Ain, cuyos orígenes se remontan al siglo IV antes J.C., está situado a 160 kilómetros al este de Abou Dhabi y a 160 kilómetros al sureste de Doubai. Bajo la impulsión del fallecido Presidente, Sheik Zayed bin Sultan Al Nahyan, Al Ain se ha convertido en una ciudad moderna y en una de las regiones más verdes de Arabia. Alberga actualmente la Universidad de los Emiratos Arabes Unidos así como el mayor museo del país y su mayor parque zoológico, con sus numerosos parques y jardines. Dispone de un aeropuerto internacional y constituye también uno de los principales centros agrícolas del país.

Nuevo concepto de oficina de correos

La oficina de correos central de Al Ain forma parte de la quinta zona postal (Abou Dhabi) del Correo de los Emiratos. Fundada en 1967, fue reconstruida en julio de 2004 en el marco de las operaciones de modernización. Es un inmueble suntuoso de cuatro pisos en el centro de la ciudad y alberga actualmente la oficina de correos. Dos directores supervisan a 38 empleados, de los cuales seis son jefes de equipo, 19 empleados de ventanilla y 11 encargados de la clasificación y la distribución.

Saif Al Dalail, Director de la oficina de correos central de Al Ain, dice que está encantado con las instalaciones ultramodernas del edificio. Tiene como cometido prioritario procurar que el personal esté correctamente for-

mado para prestar a los clientes una calidad de servicio óptima.

«Las oficinas de correos modernas requieren una nueva cultura del trabajo y conocimientos en informática. El desafío es mayúsculo, pero disponemos de un programa racionalizado, que permite a cada empleado seguir una formación regular. La calificación mínima requerida para un empleado de ventanilla es un diploma de estudios secundarios que dé testimonio de un nivel de conocimientos básicos en matemáticas, en lenguas y en cultura general. Tan pronto como un nuevo miembro se integra en nuestro equipo, lo enviamos a que siga un curso de formación intensivo en el Centro de Formación y de Desarrollo del Correo de los Emiratos. A raíz de este curso, nuestro empleado o empleada es diplomado (a) y recibe un certificado», explica el Director.

Habida cuenta del carácter multinacional de la clientela postal, los empleados de ventanilla hablan varias lenguas. La mayoría de ellos hablan árabe, inglés e hindi.

Tiempo y dirección

El hall principal de la oficina de correos central de Al Ain sirve simultáneamente de oficina de correos ordinaria y de centro de venta por menor. La sorprendente concepción, basada en el «nuevo concepto de oficina de correos», desarrollado por el Correo de los Emiratos, pone en escena el tema «Tiempo y dirección», apoyándose en el dinamismo y en los principales elementos de comunicación del Correo de los Emiratos. Colores positivos proporcionan una atmósfera cálida y relajada. El sistema central de climatización, altamente perfeccionado, permite mantener una temperatura agradable para los empleados y los clientes, en un país en el que se registran muy fuertes calores a lo largo de todo el año. Al entrar en el hall circular, los clientes son acogidos por un recepcionista que los orienta hacia una de las 12 ventanillas.

El hall tiene una particularidad: un minimuseo postal que traza a grandes rasgos la historia postal y agrupa diversos objetos tales como marcas postales y antiguos instrumentos de pesaje.

La oficina de correos alberga por otra parte un pequeño espacio filatélico que posee una impresionante

colección de sellos, con frecuencia utilizado para las actividades promocionales o los lanzamientos de sellos.

Respecto de las nuevas tecnologías, un rincón Internet permite a los utilizadores efectuar trámites administrativos en línea y otras transacciones por Web.

Por último, los clientes pueden también dirigirse al punto de venta por menor para adquirir artículos de oficina, periódicos, revistas, tarjetas de felicitación, teléfonos portátiles y sus accesorios. El hall principal representa en cierto modo la concretización de la estrategia del Correo de los Emiratos que consiste en transformar el correo en un centro multiservicios.

Cartera de servicios

La oficina de correos central de Al Ain ofrece cuatro tipos de servicios: servicios postales, servicios no postales, servicios administrativos y servicios financieros. Los clientes pueden efectuar en ella transacciones relacionadas con el Ministerio del Trabajo, llenar boletines de inscripción para la Universidad de los Emiratos Arabes Unidos, pagar cantidades debidas a los servicios públicos, comprar tarjetas de teléfono y de estacionamiento, así como teléfonos portátiles y sus accesorios.

El tiempo medio de servicio por transacción es de dos a tres minutos. Todas las ventanillas están conectadas con un sistema de terminales de punto de venta, lo cual permite la prestación de servicios electrónicos con un acceso instantáneo a las diferentes tarifas de las expediciones y a otros servicios de valor agregado.

Mustafa Elias Gharbawi, originario de Sondan, llegó a los Emiratos Arabes Unidos hace veinticinco años. Trabajó doce años en Abou Dhabi y trece años en Al Ain. Al correr de los años, ha ocupado los cargos de cajero, empleado de ventanilla y ha asumido cierto número de funciones relacionadas con tareas de detrás de la ventanilla.

«En la época en la que llegué al Correo de los Emiratos, los servicios y las transacciones se efectuaban manualmente», dice el Sr. Gharbawi. «Únicamente se prestaban servicios postales básicos. Poco a poco, fui ampliando mis competencias y actualmente estoy en condiciones de prestar cualquier tipo de servicio, ya se trate de certificados, de transacciones con el Ministerio del Trabajo o de la venta de sellos. Con los años, he aprendido a ocuparme de diferentes tipos de clientes. Hablo tres lenguas

– inglés, urdú y árabe – lo cual me permite establecer un contacto inmediato con los clientes. En el desempeño de mi cargo, encuentro gente de todos los horizontes, y esto es lo que más aprecio.»

Distribución en los buzones

Como en el resto del país, no hay carteros en Al Ain, sino un sistema eficaz de buzones que garantiza una distribución racionalizada del correo. La oficina de correos central de Al Ain cuenta con más de 32 000 buzones para el servicio de una población de 310 000 habitantes.

El correo proveniente de la oficina de correos central de Abou Dhabi es clasificado todos los días antes del medio día. Los empleados encargados de la clasificación colocan el correo en las casillas previstas a tal efecto, y este correo es después transferido a los buzones de los abonados, situados en el interior de la oficina de correos. Los propietarios de los buzones entran por una puerta distinta para retirar su correo.

Mansur Eisa Ahmed, postmaster, supervisa a la vez las actividades de ventanilla y de detrás de ventanilla. El Sr. Ahmed ha ascendido por todos los grados del escalafón: tras cinco años en la función de empleado de ventanilla y en cargos de detrás de la ventanilla, fue nombrado postmaster. Estudia en la Universidad de Al Ain donde prosigue sus estudios de gestión de las cuestiones agrícolas.

«Ingresé en el Correo de los Emiratos cuando todavía frecuentaba la Universidad. Así pues, he podido aplicar los conocimientos que había adquirido, especialmente los de gestión de los recursos humanos y de servicios a la clientela», precisa Mansur Ahmed. «Lo que ante todo prefiero en mi oficio, es tener contacto con personas de todas las partes del mundo. Cuando el empleado de ventanilla no consigue resolver un problema, dirige el cliente hacia mí y me esfuerzo por ayudarlo.»

Mansur Eisa Ahmed reconoce que el oficio se hace cada vez más complejo a medida que el Correo de los Emiratos integra nuevos servicios no postales. Y termina diciendo: «La presión es cada vez más fuerte, pero mi equipo trabaja con gusto, pues estamos al servicio de la comunidad.»

Artículo editado por Juliana Nel

El Correo de los Emiratos Arabes Unidos en Cifras

Oficinas de Correos:	77
Apartados postales:	282 510
Empleados:	1043
Cartas ordinarias:	207,7 millones
Cartas certificadas:	3,4 millones
Envíos EMS:	340 000
Encomiendas postales:	163 000
Transferencias de fondos:	4046
Beneficio neto (2004):	34 millones de USD

(Los volúmenes anuales de correo incluyen los envíos de los regímenes interior e internacional.)

Fotos:

Fig. 1. – La oficina de correos central ultramoderna de Al Ain.

Fig. 2. – En la oficina de correos central de Al Ain, la gestión acertada de una oficina de correos pasa por una formación regular.

Fig. 3. – El hall de las ventanillas de la oficina de correos central de Al Ain está constantemente frecuentado, pero la informatización y la presencia de un personal cualificado aceleran el procesamiento de las operaciones.

Fig. 4. – Además de los servicios postales tradicionales, Al Ain propone servicios no postales, servicios administrativos y servicios financieros. El empleado de ventanilla Mustafa Elias Gharbawi ayuda a un cliente a llenar un boletín administrativo.

Fig. 5. – «Nos sentimos felices por estar al servicio de la comunidad», afirma el Postmaster Mansur Eisa Ahmed.

Fig. 6. – No existe distribución a domicilio en los Emiratos Arabes Unidos. Todos los clientes reciben su correo gracias a un sistema eficaz de distribución en buzones.

Al alcance de todos y en todo lugar

Este lema, que aparece en las paredes de miles de oficinas de correos en el mundo entero, en seis lenguas, describe el servicio postal universal y sirve de ilustración al nuevo sello de servicio de la Unión Postal Universal, emitido conjuntamente por el Correo suizo y la UPU el 6 de setiembre de 2005.

La universalidad del servicio postal, puesta de relieve en los carteles del Día Mundial del Correo para el período 2004–2006, constituye el primer objetivo de la Estrategia Postal Mundial de Bucarest y el fundamento de la misión de la UPU. Con más de 5 millones de empleados postales repartidos en más de 660 000 establecimientos postales para procesar y distribuir cada año 430 000 millones de envíos, el sistema postal es la red de distribución mayor del mundo. Está al alcance de todos y en todo lugar, incluso en las regiones más remotas. Y en la era de Internet, de los correos electrónicos y de los mensajes SMS por teléfono portátil, el servicio postal sigue siendo el medio de comunicación más accesible para la mayoría de los habitantes de nuestro planeta.

El autor del diseño reproducido en el sello, Nasir Tahir, originario de Nigeria, tiene actualmente 15 años de edad. Siendo alumno de la Escuela Internacional de Berna, Nasir se adjudicó en abril de 2004, el primer premio del concurso de carteles organizado por la UPU. Estudia actualmente en Gran Bretaña. Un jurado independiente lo seleccionó entre 190 concursantes, pues su obra consiguió combinar varios elementos gráficos al mismo tiempo que demostraba una gran creatividad. Tridimensional, concebido a partir de un colage de piezas montadas en relieve, el diseño de Nasir Tahir muestra diversos medios de entrega postal en el mundo y retranscribe perfectamente el dinamismo de las actividades de la red postal, así como su alcance mundial.

Fotos:

Fig. 1. – Edouard Dayan, Director General, y Ulrich Gygi, Director General del Correo suizo, presentan el nuevo sello de servicio.

Fig. 2. – Nasir Tahir, joven artista nigeriano.

El sello de servicio

La emisión de un sello de servicio de la UPU es la novena de las series cuya primera data del 16 de setiembre de 1957.

¿Pero qué se entiende exactamente por sello de servicio? Este sello se utiliza exclusivamente para franquear la correspondencia dimanada de administraciones públicas o de organizaciones internacionales. Los particulares y los coleccionistas pueden comprar los sellos de servicio. Sin embargo, estos sellos no pueden servir para franquear envíos que salen de una oficina de correos ordinaria. La Oficina Internacional de la UPU, no posee el estatuto de una administración postal y no puede producir ni vender sellos de correos que llevan su nombre. El Correo suizo, previa consulta con la UPU sobre el tema y la oportunidad de una emisión, es quien se encarga de concebir y determinar la emisión global, la repartición de los sellos de servicio y la fecha oficial de la emisión. También le incumben los aspectos técnicos tales como el valor y la elección del impresor de seguridad.

El sello de servicio y sus productos derivados están en venta en las oficinas filatélicas del Correo suizo o en la dirección siguiente: philately@upu.int.

Reducir la brecha digital

Este nuevo sello de servicio ilustra la misión primera de la UPU y recuerda que el servicio postal universal de calidad, a un precio abordable, contribuye a reducir la brecha digital y otras disparidades, especialmente en los países en desarrollo.

Este sello de servicio, pegado en la mayoría de los envíos que salen de la Oficina Internacional de la UPU con destino a sus 190 Países miembros, participa plenamente en los esfuerzos de promoción de la universalidad del servicio postal. El sello ilustra la misión primera que anima a la comunidad postal, que es la de un servicio postal al alcance de todos y en todo lugar.

Union Postale

Fórmula de suscripción

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

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

Suscribo _____ abono(s) anual(es)

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

Tarjeta de crédito: American Express Visa Euro/Mastercard

Número de la tarjeta _____ Fecha de caducidad _____

Nombre del titular _____

Apellido _____ Nombre _____

Dirección postal _____

Ciudad _____ Código postal _____

País _____ Firma _____

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

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