

### **MOÇAMBIQUE | COMUNICAÇÕES | FILATELIA | 1995**

[Boletim Informativo CORREIOS NOVA IMAGEM, n.º 2, Fevereiro de 1995, p. 8]

#### **Moçambique e EUA assinam contrato filatélico**

Um contrato de agenciamento de material filatélico poderá ser assinado este mês entre os Correios de Moçambique e uma empresa filatélica Americana. O contrato será sobre a produção, venda e divulgação do selo moçambicano.

Com a assinatura do contrato, o selo moçambicano que goza de grande reputação somente na África Austral, poderá penetrar com maior intensidade no Mercado internacional filatélico, provavelmente ainda este ano.

A empresa Americana ficou impressionada com o selo moçambicano na Exposição Filatélica de Seul, capital da Coreia do Sul, à margem do XXI Congresso da UNIÃO POSTAL UNIVERSAL (UPU), daí que abordou a delegação moçambicana no sentido de se estabelecer um intercâmbio filatélico.

### **MOÇAMBIQUE | COMUNICAÇÕES | FILATELIA | 1995**

[Boletim Informativo Correio-Nova Imagem, Maputo, n.º 7, Julho de 1995, p.4]

#### **Filatelias dos CDM participaram na reunião da área em Pretória**

Uma reunião de três dias envolvendo os chefes das Filatelias dos países da Comunidade para o Desenvolvimento da África Austral (SADC), teve lugar na primeira quinzena em Pretória, capital sul-africana. Nela foram discutidas matérias referentes à impressão do selo; identificação do Mercado regional e formas de comercialização dos produtos filatélicos; a estratégia do marketing e outros.

Segundo Salvador Moamba, chefe da Filatélica, a maioria dos participantes mostrou-se interessada em passar a produzir o seu selo na África do Sul, por este país possuir técnicos experientes na matéria, boa segurança, equipamento sofisticado e moderno.

Concordou-se também em criar uma agência filatélica para os países da SADC ainda na África do Sul, denominada PHILATELY AGENCY FOR A GREATER SOUTHERN AFRICA (PAGSA).

### **MOCAMBIQUE | COMUNICACOES | FILATELIA | 1995**

[Relatório do Pelouro de Finanças, Planeamento e Filatelia de 1993 a 1995. Maputo, 27 de Novembro de 1995, mimeo]

#### **Divisão de Filatelia**

A Divisão Filatélica e Numismática, esta vocacionada para a comercialização de produtos filatélicos com vista ao colecionismo.

Dos produtos existentes destacam-se os selos, blocos, pagelas, postais aerogramas, classificadores, carteiras álbuns, lupas, pincas, tiras, notas, moedas, etc.

Nesta divisão existem cinco trabalhadores efectivos.

As principais fontes de receitas provêm do seguinte:

- a. Venda de valores na loja.
- b. Venda de valores a clientes com contrato;
- c. Venda de valores a agentes especializados e que firmaram contrato com a Administração.

Salienta-se que desde 1988 até ao ano de 1993, as receitas filatélicas conheceram um decréscimo significativo originado, sobretudo, pelo desinteresse do público em adquirir os produtos e do rompimento unilateral dos contratos com clientes estrangeiros e nacionais, tendo estes passado de 218 e 221 para 40 e 32 respectivamente.

No entanto, depois de diagnosticarmos os problemas que estão na origem do decréscimo das receitas, foram levadas a cabo acções referentes à organização da casa forte de valores filatélicos através de balanços efectuados e das várias inspecções com vista a controlar as actividades do sector, publicidade anunciando os 1.ºs. Dias de circulação dos selos, a activação da troca de correspondência com os antigos clientes com a Reconquista-los, etc.

Em Fevereiro de 1994, aquando da reunião dos Directores das Administrações postais da SATCC, em que Moçambique foi a o anfitrião, realizou-se uma exposição filatélica na sala das encomendas postais, onde para além dos valores filatélicos de Moçambique, exibiram-se os da Swazilândia.

Paralelamente a estas acções, foram mantidos contactos com os hotéis da cidade com vista à venda de material filatélico ao que, infelizmente, apenas o hotel Rovuma respondeu a nossa solicitação e, mesmo assim, o produto da venda foi insignificante o que fez com que eles desistissem do acordo.

No entanto, foi programado uma reunião com os antigos filatelistas com o objectivo de saber deles o que pretendem da Filatelia e que estratégias a Filatelia poderá adoptar com vista a angariar cada vez mais clientes. A reunião foi muito rica, em termos de participação, os filatelistas deram o seu contributo que se julga muito importante e, tudo se está a fazer para melhorar a qualidade dos serviços e, conseqüentemente elevar o nível das receitas.

Independentemente do que foi referido nos parágrafos anteriores, foi efectuada a actualização do catálogo e, neste momento encontra-se na Fábrica de Valores Postais para a devida encadernação. Além disso fizeram-se reajustes nos preços a partir ao público.

Outro aspecto a salientar, ainda nesta área da Filatelia, é o facto de no primeiro semestre deste ano, ter sido assinado um contrato com um agente filatélico dos Estados Unidos da América - INTER-GOVERNMENTAL PHILATELIC CORPORATION (IGPC) que, para além de vender os nossos valores filatélicos, vai publicitá-los e promovê-los em quase todo o mundo, exceptuando Europa e Macau, que fazem parte do território da TDC. Este contrato com a IGPC, permite-nos enviá-los cinco mil séries de cada emissão, e ter em contrapartida o valor facial dos mesmos depois de deduzida a comissão de 35%.

Importa referir que o atraso no cumprimento do plano de emissão de selos, é um dos aspectos que preocupa a filatelia pois, quando não há novidades, as receitas tornam-se tão magras que, por vezes, não conseguem cobrir as despesas salariais.

Todavia e, para melhor elucidação, em seguida apresenta-se uma tabela que reflecte as receitas e despesas deste sector, ao longo dos três anos.

### **MOÇAMBIQUE | COMUNICAÇÕES | FILATELIA | 1995**

[Boletim Informativo CORREIOS NOVA IMAGEM, n.º 11, Novembro de 1995, p. 6]

#### **Desenhadores do selo falam da sua profissão**

“Selo é uma moeda aplicada na área postal para a franquia de correspondência. É um veículo de comunicação na sociedade. É também uma enciclopédia” – define o desenhador Fernando Jofane.

“Selo é um retrato da realidade de um país. É no selo onde nós encontramos assuntos de diversos temas sobre um país. Quando nós pegamos no selo conseguimos viajar moralmente até esse lugar reflectido no fundo do selo.

Selo é um produto. Selo, por estar acompanhado pela pajela ou ficha técnica, onde descreve a temática em causa, é também material didáctico” – versão do desenhador António Banze.

Os dois profissionais, ambos nos Correios desde 1976, contam que, além do postal, fazem outros tipos de selos: fiscal, filatélico, de taxa de embarque, de taxa aduaneira, etc.

Jofane, de 43 anos de idade, afirma que os primeiros anos de trabalho não foram fáceis. Foi um tempo marcado por dificuldades de ordem profissional.

Mas agora diz que já está aliviado e confessa que “quando estou no estirador a desenhar sinto-me como peixe na água”.

Para Banze, de 39 anos de idade, o sentimento é um pouco semelhante ao do seu colega: diz que no momento em que está a interpretar um tema sobre uma paisagem ou assunto qualquer, sente-se “como se estivesse lá ou como quem viveu o tal assunto em interpretação”.

Jofane conta que a sua história profissional foi também marcada por uma dificuldade trazida por um tema difícil que jamais esquecerá. Trata-se da interpretação de um abstracto: VENCER O SUBDESENVOLVIMENTO, CONSTRUIR O SOCIALISMO E DEFENDER A PÁTRIA, através do selo.

O desenhador Jofane teve dores de cabeça na interpretação deste tema, visto que a realidade daquelas expressões era uma coisa existente só no domínio das ideias e sem base material.

Para fantasiar, Jofane procurou conversar com as pessoas mais entendidas no sonho de construção de uma sociedade socialista. E conseguiu. Isto em 1980, cinco anos depois da independência nacional. “Custou-me muito mas consegui, felizmente”, diz Jofane claramente satisfeito pela obra.

Banze diz que às vezes não conseguia conciliar o sono quando lhe fossem incumbidos temas difíceis. Passava a noite a imaginar o esboço do tema em causa.

Contudo, superava porque o segredo do sucesso, como nos diz, reside nas pesquisas, reunião de dados, entrevista com especialistas em assuntos que se pretende abordar.

Jofane e Banze, todos casados e pais de dois filhos, afirmam unanimemente estar realizados profissionalmente, a eles o que resta é aperfeiçoar os seus conhecimentos de acordo com a evolução tecnológica.

Natural de Morrumbene, na provincia de Inhambane, Jofane começa a fazer o selo postal em 1976, ano em que entrou nos Correios através de um concurso de desenhadores. Antes trabalhava em empresas publicitárias.

Banze, natural de Manjacaze, em Gaza, logo que ingressou na empresa em 1976, na altura CTT, foi colocado no desenho de arquitectónica. Pouco tempo depois sai para cumprir o Serviço Militar Obrigatório e quando volta encontra a Sala de Desenho instalada, onde é indicado para elaborar a parte complementar das emissões, tais como carimbo do primeiro dia de circulação, de envelopes ilustrados, aerogramas. Só em 1984 é que começou a desenhar o selo.

Jofane e Banze apelaram por ultimo à fotolito, uma secção da Fábrica de Valores Postais, a melhorar a fotografia, selecção de cores e retoque, dado que se regista uma diferença substancial entre o trabalho original e o produto acabado.

### **MOÇAMBIQUE | COMUNICAÇÕES | FILATELIA | 1995**

[Boletim Informativo CORREIOS NOVA IMAGEM, n.º 11, Novembro de 1995, p. 4]

#### **Exposição filatélica foi um sucesso**

O Chefe da Filatelia, Dr. Casimiro Dunganhane, revelou que a Exposição Filatélica alusiva aos 20 anos de colaboração entre Moçambique e UNICEF, foi um sucesso, uma vez que conseguimos divulgar a nossa mercadoria, as potencialidades filatélicas e muitos compatriotas ficaram com a noção sobre a filatélica do nosso país.

Segundo Dunganhane, a exposição surpreendeu muitas pessoas que pensavam que a Filatelia era uma componente da Estação Central dos Correios virada à venda do selo postal, enquanto que são duas unidades com funções extremamente distintas.

O Chefe da Filatélica, disse ter notado muito afluxo de compradores no balcão de venda de selos, facto que levou todos os trabalhadores filatelistas ali presentes a deslocarem-se ao local para atender os clientes.

Pela surpresa que a exposição deu, apareceram clientes que prometeram abrir contas correntes para o fornecimento periódico do selo, e outros que interromperam a sua colecção há muito tempo por acharem que a filatelia não existia, manifestaram o interesse de regularizar a situação.

Dunganhane considerou também que a exposição permitiu identificar o publico amante da filatélica, notafilia (colecção de notas), numismática (colecção de moedas), e todos estes valores estiveram à venda no evento.

Outra vantagem trazida pela exposição foi, de acordo com Dunganhane, alargar a informação multifacetada veiculada pelos selos, para além de que deu o pontapé de saída à implementação dum plano com vista a contribuir no crescimento da economia da empresa e coincidiu com o relançamento da area numismática que se pensa introduzir em larga escala daqui para diante.

Os selos expostos reflectiam a história do desenvolvimento do país desde a sua independência em 1975 até ao presente momento.

### **MOÇAMBIQUE | COMUNICACOES | FILATELIA | 1995**

[Boletim Informativo CORREIOS NOVA IMAGEM, n.º 12, Dezembro de 1995, p. 3]

#### **Estratos do relatório trienal do Conselho de Administração cessante**

[...]

#### **Área Filatélica**

A Filatelia, encontrada em estado letárgico, está a renascer. Tem à sua frente, um técnico superior licenciado em História, que também necessita uma especialização na material, havendo planos nesse sentido. Ele funciona como um Departamento dos Correios, embora juridicamente seja uma Empresa Estatal, situação que deve ser regularizada pelo Governo. As suas receitas são ainda muito baixas, embora seja, noutros países, uma grande fonte do rendimento dos Correios.

### **MOÇAMBIQUE | COMUNICACOES | FILATELIA | 1996**

[Resumo das deliberações do Conselho de Administração 1o. Semestre de 1997, Empresa Nacional dos Correios de Moçambique, EP. Maputo, 1997, mimeo]

#### **Acta n. 11/CA/de 18 de Junho de 1996**

3.1.46. E importante que se transforme a Filatelia em uma Empresa de Correios com uma certa autonomia. Para tal, o sr. AFPM deve formular uma carta ao Ministerio propondo a liquidacao da Filatelia para os CDM.

#### **MOCAMBIQUE | COMUNICACOES | FILATELIA | 2000**

[Workshop sobre diagnostico e reflexao estrategica para alta direccao dos Correios, por Fernando Charete. Maputo, Empresa Nacional dos Correios de Mocambique, EP, Maputo, Janeiro de 2001]

Entre os dias 20 e 24 do mes de Novembro do ano 2000, realizou-se um Workshop sobre diagnostico e Reflexao Estrategica para Alta Direccao dos Correios.

[...]

#### **IV. Visitas de trabalho**

Na semana de 27 a 30 decorreram visitas de trabalho aos diversos sectores produtivos dos CTT-CORREIOS DE PORTUGAL, como a seguir se apresenta:

##### **4.1. Filatelia**

> 1. Na Filatelia, abordaram-se aspectos que tinham a ver com a producao de duas emissoes de selos para Mocambique, nomeadamente Historia dos Bombeiros e Minerais de Mocambique.

> ii. Dada a exiguidade de disponibilidades de fundos da Empresa, acordou-se que os pagamentos seriam feitos atraves da deducao na conta de gastos terminais. A producao dos selos sera feita no Litografia Maia, em Portugal.

> iii. Ainda neste quadro, foi abordado que os CORREIOS DE MOCAMBIQUE podiam utilizar a assessorial dos CTT-CORREIOS DE PORTUGAL na busca de agentes idoneos, para a comercializacao de produtos filatelicos.

#### **MOCAMBIQUE | COMUNICACOES | FILATELIA | 2000-2001**

[Avaliação do grau de cumprimento do plano de negócios da empresa para o triénio 2000|2001, Secretariado do Conselho de Administração. Maputo, Empresa Nacional dos Correios de Moçambique, EP, 2001, mimeo]

#### **II. Exploração dos Serviços Postais**

##### **2.3. Serviços de Filatelia**

Os serviços de filatelia, em princípio, são autónomos e são prestados pelos Correios, através duma empresa juridicamente formada. O tipo de serviço prestado por esta empresa é parte da Carteira de Negócios dos Correios, daí que, para a sua integração nos Correios, avançou-se com uma proposta acompanhada dum balance.

As acções de expansão da comercialização filatélica ao longo das zonas turísticas iniciou, na sua fase piloto, no Maputo, em contactos com os maiores hotéis, de forma a que vendam os produtos filatélicos mediante o pagamento de comissões de 15% das vendas. O “feed-back” não foi favorável.

Existem também acções com a INTERGOVERNAMENTAL PHILATELIC CORPORATION, uma agência filatélica Americana, para a venda de selos antigos em stock, um dos assuntos a serem discutidos, num encontro marcado para breve, onde vai-se discutir, igualmente, outras oportunidades de negócios.

A produção de selos nacionalmente, através da Fábrica de VALores Postais, de que depende a comercialização filatélica, está actualmente interrompida, por necessidade de modernização do equipamento fabril. Já se fizeram diligências junto da Alemanha para a importação de algumas peças, cujo pagamento foi feito.

#### **MOCAMBIQUE | COMUNICACOES | FILATELIA | 2001**

[Relatorio da deslocação da delegação dos Correios de Mocambique a Madrid e Lisboa: (de 17 a 25 de Setembro de 2001), por Fernando Charete. Maputo, Empresa Nacional de Correios de Mocambique, EP, Outubro de 2001, mimeo]

##### **I. Apresentacao**

###### **1.1. Periodo**

Entre os dias 17 e 25 de Setembro do ano corrente, realizaram-se dois encontros, em momentos diferentes, em Madrid e Lisboa, sobre Concertacao sobre Oferta de Oportunidades de Negocios Filatelicos.

###### **1.2. Local**

O primeiro encontro teve lugar entre os dias 17 e 19 de Setembro, nas instalações do Grupo AFINSA, em Madrid, enquanto que o segundo encontro teve lugar entre os dias 22 e 24 de Setembro de 2001, com os agentes ARMANDO LAPA e BRUXELLS STAMPS CENTRE, em Lisboa.  
[...]

#### 1.4. Objectivos da deslocação

A deslocação a Madrid e Lisboa tinha como principais objectivos:

- Conhecer, in loco, a organização e funcionamento do grupo AFINSA tido como um dos principais distribuidores e comercializadores de produtos filatélicos no mundo;
- Estudar e encontrar melhores formas de cooperação, na perspectiva da oferta de oportunidades de negócios filatélicos, nas vertentes, produção, distribuição, promoção e comercialização de selos e outros produtos filatélicos de Moçambique; e
- Concertar com os parceiros, na perspectiva da assinatura de contratos ou de parceria, de agência ou, então, na base de “royalties”.

#### II. Desenvolvimento

##### 2.1. Encontro de Madrid com o grupo AFINSA

###### 2.1.1. Palestra dirigida pelos correios espanhóis

Os encontros de trabalhos tiveram o seu início em 17 de Setembro de 2001, no Museu Espanhol de Comunicações, onde teve lugar uma palestra de apresentação da proposta de Reforma dos Correios Espanhóis, de forma a constituírem uma sociedade anónima com a CRONOPOST.

Esta transformação visa dotar os Correios espanhóis de meios humanos qualificados e de meios materiais adequados a tecnologia de ponta, de forma a passar da fase parcialmente manual para a fase totalmente electrónica.

O projecto prevê um capital social de 140 mil milhões de pesetas divididos em 50% Correios da Espanha e outros 50% CRONOPOST.

Os pressupostos básicos deste projecto são:

- Adquirir meios quantitativos e qualitativos, de forma a melhorar a logística, transporte e distribuição de objectos;
- Aumentar o número de Estações de Correios nas zonas rurais da Espanha;
- Criar mais centros de tratamento e distribuição de correio;
- Diversificar os produtos e serviços, na perspectiva do consumidor postal interno e externo, integrando serviços “e-business or e-commerce”.
- Treinar os funcionários as novas ferramentas e metodologias de trabalho; e
- Dotar tarifas baratas e ajustadas aos custos operacionais dos serviços, e logística.

A delegação dos CORREIOS DE MOÇAMBIQUE, achando o projecto interessante, solicitou cópia do projecto aos CORREIOS DE ESPANHA, mas não foi possível obtê-la, uma vez que ainda não tinha sido aprovado pelo Governo espanhol, contudo prometeram mandá-lo.

Os Correios espanhóis possuem 60 mil funcionários com formação académica-profissional razoáveis.

###### 2.1.2. Reunião de trabalho com o Grupo AFINSA

No dia 18 de Setembro, houve um encontro com o Grupo AFINSA que compreendia os seguintes elementos daquela companhia:

- Dr. Carlos de Figueiredo – Director Geral da FILAFINSA;
- Dr. José Telles Gomes – Assessor da Presidência do Grupo AFINSA;
- Dr. Juan José Matin Pena – Director de Comunicação da AFINSA; e
- Dr. Mario Gorreio – Director de Relações com as Administrações Postais.

No encontro, foram apresentadas, pelo Grupo AFINSA, duas modalidades de cooperação, no campo filatélico:

- A primeira modalidade consistia em assinatura dum Acordo de Agencia, em que a AFINSA ficaria responsavel pela distribuicao, promocao e comercializacao dos produtos filatelicos de Mocambique.
- A segunda modalidade consistia em assinatura dum Acordo de Parceria com AFINSA, em que esta suportaria os custos de producao dos produtos filatelicos e faria a sua comercializacao, alem de apoiar Mocambique na melhoria e desenvolvimento da filatelia no pais.

## 2.2. Pontos de destaque

### 2.2.1. Producao

Neste ponto, foi informado que a AFINSA faz intermediacao com as melhores tipografias do mundo, que garantem qualidade na impressao dos produtos, oferecem menores custos de impressao e tem menores prazos de entrega.

Mocambique, no entanto, possuindo uma tipografia, aproveitou propor que a AFINSA servisse dum parceiro estrategico na modernizacao da tipografia da FABRICA DE VALORES POSTAIS.

A AFINSA dispôs-se a ajudar Mocambique na procura de parceiros que sejam interessados em investir na modernizacao da tipografia mocambicana, e recomendou que a questao deveria ser aprofundada entre as partes.

### 2.2.2. Financiamento

A AFINSA informou que assume os riscos de producao dos produtos filatelicos, financiando os custos de impressao de modo a se garantir a qualidade e prazos de entrega.

O pais beneficiario dos produtos pagaria a AFINSA a parte que o caber, nos termos contratuais. Esta modalidade tem como principio aliviar as Administracoes proprietaries dos produtos de terem que sofrer pressao de procurarem recursos, de qualquer forma, para fazerem face aos pagamentos a grafica, na impressao dos produtos filatelicos.

### 2.2.3. Formacao de pessoal

Quanto a formacao, foi abordado que a AFINSA em vindo a experimentar novas formas de se posicionar no Mercado internacional, procurando intercambios com as Administracoes Postais de expressao de lingua portuguesa.

Desta feita, e na modalidade de parceira, ja tem cooperacao com os Correios de Angola e de Sao Tome e Principe, o que tem mostrado sucesso nestes paises.

Como um factor adicional, a AFINSA vai comecar a promover cursos de formacao em filatelia, comecando por Angola, em que as Administracoes Postais estao convidadas a participar; assim, as Administracoes podem contactar o anfitriao, de forma a estudarem em conjunto, aspectos em que a AFINSA podera apoiar, de forma a fazer face aos custos de transporte, alojamento e logistica.

### 2.2.4. Desenvolvimento da Filatelia

A AFINSA prontificou-se a assumir um compromisso de apoiar Mocambique na melhoria e desenvolvimento da Filatelia. Para tal, sugeriu que o primeiro passo deveria ser o de estudar, in loco, a situacao em termos de organizacao e funcionamento da Filatelia em Mocambique.

O outro passo, na contribuicao para a melhoria e desenvolvimento da Filatelia em Mocambique sera o de criacao dum Museu filatelico e a reactivacao do Clube Filatelico, que ja existira.

Em todo o caso, a materializacao desta intencao dependera dum estudo, in loco, a ser realizado pela AFINSA na sua deslocao ao Maputo, ainda dentro do ano corrente.

No ultimo dia de intensos trabalhos, foi levada a cabo a assinatura dum protocolo de intencoes entre os CORREIOS DE MOCAMBIQUE e o Grupo AFINSA, base da qual continuarao intercambios entre as duas partes, na perspectiva de materializacao do acordado.

Para ilustracao e permitir conhecimento, o anexo 1 apresenta o articulado de intencoes, que compreende as linguas portuguesa e espanhola.

## 2.3. Encontro em Lisboa com a BRUXELLES STAMP CENTRE

Nos dias 22 e 24 de Setembro de 2001, houve encontros com os agentes ARMANDO LAPA e BRUXELLES STAMPS CENTRE (BSC), onde foram discutidas formas de producao e comercializacao de produtos filatelicos de Mocambique, atraves da BSC.

Nos encontros, as duas partes puseram-se frente-a-frente com a delegação de Mocambique, por um lado, e os senhores Armando Lapa e Michel de Groote, este último representante da BSC em Genebra, por outro lado.

As concertações conduziram, como a forma ideal a acordar entre as partes, a assinatura dum contrato de produção dum emissão filatélica, com o tema ACONTECIMENTOS DESPORTIVOS MUNDIAIS, na base de pagamento de royalties, no valor de \$ 8.000,00 US dólares Americanos já entregues a Direcção Financeira dos Correios.

O contrato assinado com a BRUXELLES STAMP CENTER encontra-se como anexo II deste relatório, que, embora manuscrito, representa base legal para a materialização do acordo.

Duma forma geral, pode-se concluir que a deslocação aqueles pontos europeus teve e terá bons frutos, uma vez que contribuiu para estreitar relações de cooperação com outras companhias vocacionadas no campo de produção, distribuição, promoção e comercialização de produtos filatélicos mundialmente.

Além disso, a assinatura dum acordo de parceria com a AFINSA poderá trazer, para os CORREIOS DE MOCAMBIQUE, uma vantagem adicional, uma vez que não somente terá a ganhar com o fornecimento de produtos de qualidade pela AFINSA, mas também ganhará em termos de melhoramento e desenvolvimento da Filatelia em Mocambique, na aquisição de “know how” dos funcionários na matéria filatélica através da formação.

Esperamos que “estes sonhos se tornem numa realidade” para o benefício dos Correios de Mocambique, a curto prazo.

### **MOCAMBIQUE | COMUNICACOES | FILATELIA | 2001**

[Relatório da deslocação da delegação dos Correios de Mocambique a Nova York: período: 04-11 de Dezembro de 2001, Gabinete do PCA. Empresa Nacional de Correios de Mocambique, EP. Maputo, Janeiro de 2002, mimeo]

#### **I. Apresentação**

Entre os dias 4 e 11 de Dezembro de 2001, realizou-se um encontro entre as delegações dos CORREIOS DE MOCAMBIQUE EP e a INTER-GOVERNMENTAL PHILATELIC CORPORATION (IGPC).

#### **1.2. Local**

O encontro teve lugar em Nova York, Estados Unidos da América, a convite da INTER-GOVERNMENTAL PHILATELIC CORPORATION, no âmbito da cooperação entre as duas empresas, no campo filatélico.

[...]

#### **1.3. Objectivos da deslocação**

A deslocação a Nova York teve como objectivos principais:

- Negociar as modalidades de comercialização do stock de selos arrecadados no armazém da Filatelia durante muitos anos; e
- Encontrar novas oportunidades de negócio filatélico no quadro da cooperação entre as duas empresas.

#### **II. Desenvolvimento**

##### **2.1. Comercialização do stock de selos filatélicos**

A intenção da compra do stock de selos arrecadados no armazém da Filatelia foi manifestada em 1998 pela INTERGOVERNMENTAL PHILATELIC CORPORATION, e enquadra-se na política comercial da empresa.

O stock de selos em causa é de idade avançada e não se vislumbravam formas de comercializá-lo a curto prazo. A maior parte de selos, por se encontrar armazenado durante muito tempo, já apresentava indícios de deterioração, o que era prejudicial à economia da empresa.

As negociações, na perspectiva da comercialização do stock de selos, foram frutíferas, uma vez que conduziram a um acordo mútuo, em que a INTER-GOVERNMENTAL PHILATELIC CORPORATION pagaria pela compra do stock.

Assim, a INTER-GOVERNMENTAL PHILATELIC CORPORATION pagará o valor total de \$12.000,00 USD (doze mil dólares Americanos) pela compra dos selos antigos, do qual foram adiantados \$ 5.500,00 USD.

## 2.2. Novas oportunidades de negocio

Acordada que foi a comercializacao do stock de selos, seguiu a discussao sobre novas oportunidades de negocios a ser desenvolvidas entre as duas empresas, a curto prazo.

Na discussao, as partes entenderam que a comercializacao filatelica tem sido um dos maiores suportes para as duas empresas, em termos de receitas, principalmente para os CORREIOS DE MOCAMBIQUE que necessitam de dinheiro para fazer face ao funcionamento normal da empresa.

A proposta apresentada para o efeito, foi da producao de tres emissoes de selos. Estas emissoes nao so se destinam a comercializacao filatelica mas tambem para fazer face ao service postal de correspondencias, que tem sido o maior consumidor de selos da Empresa.

Assim, foi assinado um contrato, que preve a emissao de selos com os seguintes temas:

- Aniversarios e Eventos;
- Transportes; e
- Fauna e flora.

Estas emissoes foram, inicialmente, programadas, para o seu lancamento nos meses de Fevereiro, Marco e Abril, do corrente ano, respectivamente, sendo a primeira, das quais, ja em estado de preparativos para a sua producao.

O valor acordado por este contrato foi de \$ 24.000,00 USD (vinte e quatro mil dolares Americanos), dos quais foram ja adiantados \$ 3.000,00 USD, no acto da assinatura do contrato.

## 2.3. Outras oportunidades

A INTER-GOVERNMENTAL PHILATELIC CORPORATION apresentou a necessidade de se acordar com os CORREIOS DE MOCAMBIQUE a possibilidade de assinar um Contrato de Agencia, em que se entregaria a IGPC os selos de Mocambique, na base de consignacao, para comercializacao.

Mocambique, no entanto, ja tinha assinado um contrato do genero em 1995, mas ao longo da sua execucao, nao se vislumbrou qualquer vantagem de maior para os Correios; o contrato foi rescindido, para a sua redefinicao.

## III. Conclusao

Duma forma geral, a deslocao a Nova York trouxe vantagens para os CORREIOS DE MOCAMBIQUE, uma vez que foi possivel alcançar os objectivos, alem de que aproveitou-se a ocasiao para se cobrar o valor de \$ 8.000,00 (oito mil dolares Americanos), que ainda nao tinham sido pagos a Empresa, pela emissao sob lema MARINE LIFE.

A deslocao permitiu trazer para Mocambique um total de \$ 17.500,00 USD (dezassete mil e quinhentos dolares Americanos), e se espera receber \$ 21.000,00 USD, nos proximos meses.

Julgamos que, estes montantes, embora quase insignificantes, podem ajudar a empresa a fazer face algumas despesas para o seu normal funcionamento. Infelizmente, sao insuficientes para serem investidos em projectos de vulto.

## **MOCAMBIQUE | COMUNICACOES | FILATELIA | 2003**

[Conselho Nacional dos Correios de Mocambique: Documento n. 16 – Relatorio da Filatelia, Correios de Mocambique, EP. Maputo, 16 a 18 de Dezembro de 2003, mimeo]

## II. Situacao actual

Juridicamente, a Filatelia e uma Empresa Estatal (E.E.) criada atraves do Decreto 7|81, de 10 de Junho. Funciona sob a direccao do CA dos CORREIOS DE MOCAMBIQUE, E.P.

No ambito da reorganizacao dos Correios, a Filatelia passou a ser considerada Unidade de Negocio, dada a sua natureza e potencial em termos de geracao de receita, em moeda nacional e convertivel.

### 1. Recursos Humanos

A Filatelia conta com cinco funcionarios:

- Um gerente, que faz a gestao do negocio;
- Uma administrative, que faz o tratamento das receitas;
- Dois fieis de armazem, que cuidam de control e fornecimentos de produtos;

- Uma balconista, que faz o atendimento e venda de produtos filatelicos.

## 2. O negocio filatelico

### VENDA DE PRODUTOS

PRODUTOS	1999	2000	2001	2002
Series Compl.	9.420	1.150	176	518
Blocos Come.	1.050	1.363	786	306
B. Postais	2.300	268	53	136
SPD's	315	27	8	10
<i>Total</i>	<i>13.085</i>	<i>2.808</i>	<i>1.023</i>	<i>970</i>

## 3. Venda de Servicos

### SERVICOS – CONTA CORRENTE

SERVICOS	1999	2000	2001	2002
Ref. Nacio.	6.600	71.000	4.200	48.000
Ref. Inte.	526.000	155.000	938.000	132.000
Vs. Stock	-	-	282.000	-
<i>Total</i>	<i>532.600</i>	<i>291.920</i>	<i>1.246.559</i>	<i>180.000</i>

## 4. Receitas (Resumo)

### 5.

DESIGNACAO	1999	2000	2001	2002
VENDA PRODUTOS	116.987	65.920	22.359	144.316
Series Completas	65.600	14.500	1.700	32.000
Blocos Comemorativos	36.800	48.000	20.500	111.000
Bilhetes Postais	13.800	3.000	144	910
SPD's	787	300	15	71
Album de Selos	-	120	-	335
VENDA SERVICOS	532.600	226.000	1.224.200	180.000
Reforços Nacional	6.600	71.000	4.200	48.000
Reforços Estrangeir	526.000	155.000	938.000	132.000
Venda de Stock	-	-	282.000	-
<i>Total</i>	<i>640.587</i>	<i>291.920</i>	<i>1.246.559</i>	<i>324.316</i>

[...]

## 7. Ha problemas no negocio

### Os nossos pontos fracos

- O processo de producao de selos nao tem sido regular, por varios motivos.
- A qualidade dos nossos produtos nao atrai muito os colecionadores.
- Os precos das series produzidas fora do pais sao elevados.
- Os servicos de Filatelia so existem no Maputo, e nao ha nas provincias.
- As opcoes dos colecionadores, em termos de produtos, sao limitadas.
- A quantidade de series produzidas fora do pais e elevada para coleccao.

## 8. Vantagem competitiva

### Os nossos pontos fortes

- O nosso Mercado filatelico e jovem e encontra-se em crescimento.
- Existencia duma Grafica pertença da empresa. Em muitos paises nao ha.
- Existencia de balcoes de Correios a nivel nacional.

## III. Perspectivas de melhoria

### Que solucoes?

#### Diversificar produtos

- Cartelas anuais de selos
- Maximos ou Inteiros Postais
- Produtos da GRIFFE
- Camisetas, bones, canetas, isqueiros, livros, revistas, boletins filatelicos.

### Producao regular de selos

- E necessario que haja condicoes internas, atraves da nossa fabrica, para a producao de emissoes com temas nacionais de destaque, e de melhor qualidade exigidos pelo cliente.

### Produzir series basicas

- Visa diferenciar o selo para franquia postal e o selo filatelico para comercializacao. O selo para franquia e apenas prova do porte, nao e exigida muita qualidade na sua producao.

### Criar um Clube Filatelico

- Um Clube ou Nucleo Filatelico e um local onde os filatelistas nacionais se reuñem e discutem questoes de interesse commercial da area de Filatelia, e serve de element impulsor.

### Conclusao

#### Que resultados?

- Atracao de clientes potenciais e retencao dos actuais coleccionadores.
- Criacao de mais opcoes, em termos de produtos em beneficio do cliente.
- Incremento das receitas e maior produtividade para garantir a sustentabilidade da empresa, hoje e no futuro.

### **MOÇAMBIQUE | COMUNICAÇÕES | FILATELIA | 2006**

[Relatório de Actividades da empresa realizadas no ano 2006, por Correios de Moçambique EP. Maputo, Março de 2007, mimeo]

### Perspectivas da empresa

#### 4.16. Revitalizar e desenvolver o serviço de Filatelia

A exemplo de Macau, China e outros países, o coleccionismo de selos filatélicos não tem sido apenas um hobby, mas também uma grande fonte de receitas para as empresas de Correios. O conhecimento que temos, nestes países, é a Filatelia é um core-business que contribui com mais de 50% nas receitas totais. Para a revitalização do serviço de Filatelia, de modo a que alcance os propósitos empresariais pretendidos, são necessárias as seguintes acções independentes e intrínsecas, mas que necessitam de apoio externo:

- 1. Modernizar a Fábrica de Valores Postais
- 2. Liquidar a Filatelia aos Correios de Moçambique
- 3. Produzir material de qualidade e forma diversificada.
- 4. Introduzir série-base ou ordinária de selos postais.
- 5. Criar um clube ou núcleo filatélico.
- 6. Criar um Museu Filatélico e | ou das Comunicações.
- 7. Actualizar Catálogo de Selos de Moçambique.
- 8. Abrir Lojas Filatélicas e Stands de Vendas.
- 9. Contratos de Agência Filatélica.
- 10. Desenvolver acções de promoção e publicidade agressiva.

### **MOÇAMBIQUE | COMUNICACOES | FILATELIA | 2006**

[Plano estrategico para o desenvolvimento dos Correios de Mocambique, EP, Empresa Nacional de Correios de Mocambique, EP. Maputo, Marco de 2006, mimeo]

[p. 21]

#### 5.3. Diversificacao de servicos

A EMPRESA CORREIOS DE MOCAMBIQUE, para poder competir no Mercado nacional e internacional nao so precisa de ser revitalizada, como tambem precisa de diversificar a sua carteira de actividades,

firmando e reforçando parcerias estratégicas com outras empresas congéneras e privadas. Isto passa por um exercício agressivo de Marketing acompanhado de uma melhoria operacional através de investimentos de vulto na reposição e aquisição de meios e equipamento para a empresa.

### 5.3.3. Revitalizar e desenvolver o Serviço de Filatelia

A exemplo de Macau, China e outros países, o colecionismo de selos filatélicos não tem sido apenas um hobby, mas também uma grande fonte de receitas para as empresas de Correios. O conhecimento que temos, nestes países, e a Filatelia é um core-business que contribui com mais de 50% nas receitas totais! Eis acções que pretendemos realizar nesta área.

- *Modernizar a Fábrica de Valores Postais.* Como referido em 5.2.3., visa também, “neste campo, capacitá-la de equipamento moderno e que esteja em altura de produzir regularmente. Esta Fábrica é o único fornecedor da Filatelia em termos de produtos. O factor “produção regular de selos” é crucial para os filatelistas, porque o produto filatélico é colecionável e não consumido. Sempre necessita de novas emissões e quando não há, muitas vezes, desabitua os colecionadores e desistem. Coleccionar é um hábito difícil de criar e mantê-lo, mas é fácil perdê-lo.
- *Liquidar a Filatelia aos Correios de Moçambique.* Isto vai permitir aproveitar os avanços mundiais nesta área e beneficiar da integração regional e internacional das empresas de Correios a nível da UPU, AICEP, SAPOA e outras organizações e/ou Uniãoes e que beneficie de apoios de uma forma geral, que só por si não conseguiria.
- *Produzir material de qualidade.* Com vista a atrair e que vá ao encontro das necessidades dos colecionadores. Os produtos emitidos, actualmente, não são atractivos e são feitos com muitas dificuldades, devido à obsolescência das máquinas, por um lado, e falta de material-prima apropriada, por outro, além das outras dificuldades operacionais da Fábrica.
- *Produzir material da “Griffe” Filatelia.* O material da griffe é mais promocional. Este inclui camisetas, bones, canetas ou esferográficas, carinhas e bonecas miniaturas, agendas, calendários, porta-chaves, isqueiros, reguas, pastas para crianças. Principalmente quando feito para crianças ajuda a criar e a incentivar novos colecionadores (youth philately).
- *Diversificar Produtos filatélicos.* Diversificar produtos significa, para além daqueles que actualmente são produzidos e comercializados, e necessário criar mais opções ao cliente. Nesta área, poderiam ser produzidos adicionalmente Coleções anuais (year packs). Alburns, blocos comemorativos (souvenir sheets). Além de disponibilizar material de colecionismo tal como pincas, tiras, alvíd, odontómetro, lupas, etc., aos filatelistas.
- *Introduzir série-básica ou ordinária.* A série básica ou ordinária, em muitas administrações, é produzida para servir de estampilha adesiva para o envio de cartas. Esta série é produzida em grandes quantidades, contudo é reservada à produção de quantidades pequenas de selos e material filatélico com elevada qualidade para o colecionismo. Actualmente, o selo que é usado no correio é o mesmo que é vendido para o colecionismo, o que é errado!
- *Reactivar o Clube ou Núcleo Filatélico.* O clube já existiu nos anos passados, contudo não houve continuidade dada a desistência e/ou obtido dos seus protagonistas, e não se passou se calhar não houve a continuidade do projecto. O clube filatélico ou núcleo é um centro de encontro de lazer e de convergência entre vários aficionados ou colecionadores, onde partilham ideias relativas ao colecionismo, ajudando a enriquecer o progresso filatélico.
- *Abrir um Museu Filatélico.* O Museu Filatélico serviria de destino para as emissões de selos produzidas no país e vindas de outros países. Os selos de outros países que recebemos não estão a encontrar um destino adequado, pelo que serão aproveitados para o efeito. O primeiro passo, seria o de passar estes selos à gestão da Filatelia, de modo a que o GRI trate de assuntos que lhe são inerentes. O Museu seria o espaço onde os filatelistas e o público em geral pudessem fluir não só como centro de convergência para fins de visita de mostras

filatelicas mas, sobretudo, como tambem um lugar onde as pessoas possam adquirir os produtos e material filatelicos.

- *Actualizar o catalogo de selos.* O catalogo actualmente em uso data dos anos 1991 e nao ha actualizacao. A exemplo dos Correios de Angola, a accao de criacao e actualizacao do seu catalogo foi-no com apoio do Instituto Nacional das Comunicacoes local, como orgao regulador. O catalogo de selos permite consulta de produtos e os respectivos valores faciais, alem de facilitar a conversao em outras moedas e constitui forma de promocao de produtos.
- *Abrir Lojas Filatelicas.* Este exercicio visaria a expansao da comercializacao da Filatelia e do coleccionismo a nivel nacional, com partida nos portos estrategicos, tais como nas cidades capitais, pontos turisticos, etc.
- *Abrir "stands" de vendas.* Esta accao seria feita em paralelo com a criacao de parcerias com os grandes hotéis nacionais, com vista a criar possibilidades de aproximacao e de interesse dos coleccionadores-turistas e outros interessados. Poderao ser seleccionadas algumas Estacoes de Correios que permitam este fluxo, reabilitadas e modernizadas integrando um design filatelico proprio no interior e/ou exterior.
- *Contratos de Agencia Filatelica.* Os contratos de agencia sao assinados com produtores ou com agentes comerciantes filatelicos sediados no estrangeiro, para venda de produtos filatelicos por consignacao, ou seja, os Correios fornecem por adiantamento ao agente e este a medida que vende os produtos vai remetendo as receitas a Administracao com relatorio descritivo. O papel destes agentes e ajudar a promover o Mercado filatelico internacional que muitas vezes nao e facil e onerosa. Nota-se que maior percentagem de vendas de selos filatelicos provem de produtos emitidos no exterior.
- *Divulgar produtos filatelicos.* Esta accao seria um meio, no quadro dos servicos de marketing, de incentivar os clientes e filatelicos a comprarem os produtos. Em marketing, diz-se que "o principal objectivo da Publicidade e trazer o cavalo para perto da agua e que a Promocao de Vendas fa-lo=a beber". Os meios que ajudam a fazer isso podem ser: a TV, a Radio, os Jornais, as REVistas – como a *Tempo*, mostras itinerarias, exposicoes, campanhas filatelia nas escolas, incluir nos curriculos escolares, etc.