

Número 1/2006

Enero

Febrero

Marzo de 2006

UNION POSTALE 1

En este número...

Página

Cubierta

El mundo es rico en experiencias asociadas a la reforma postal. Observando lo que ha sucedido hasta el presente en muchos países, la UPU ha elaborado un instrumento que permite a los países que planean una reforma del sector postal delimitar bien todos los componentes de un proyecto exitoso. *(Foto: Correos de Costa Rica)*

Prólogo

La reforma postal de otra manera

2

Apuntes

Ojeada a las actividades de la UPU y del sector postal

3

Reforma postal

PIDEP: para una reforma integral

5

Paraguay de pionero

7

Laos: plan de supervivencia para el correo

9

Economía postal

Encontrar los caminos que llevan a Roma...

11

Desarrollo postal

Hermanamiento: una idea que prospera

14

Objetivos del milenio de las Naciones Unidas

El sida en el lugar de trabajo: Ya es hora de que los correos se comprometan

17

Posta Kenya ve las cosas positivamente

20

Rúbricas

Foro filatélico

El sello al servicio de las víctimas

22

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.

La reforma postal de otra manera

Si bien la reforma postal puede adoptar una multitud de formas, debe ser sin embargo apoyada por un proceso bien definido. Lamentablemente, muy a menudo este proceso falta en los países que se comprometen en la vía del cambio.

Esta es la razón por la que la Oficina Internacional de la UPU propone desde ahora un instrumento para guiar a los países a través de los meandros de la reforma postal. Efectivamente, el Plan Integral de Reforma y de Desarrollo Postal (PIDEP), lanzado en 2005, está poniendo a prueba sus capacidades en los países que lo han adoptado durante su fase piloto. No solamente hace participar a todos los actores esenciales en el proceso de reforma o contribuye a colocar el sector postal dentro de las prioridades nacionales, sino que también resulta ser un instrumento indispensable para desbloquear las fuentes de financiamiento necesarias al proyecto, lo que no siempre fue fácil en el pasado. Ya que cuando el sector

postal forma parte del plan nacional de desarrollo de un país, los dadores de fondos, notando la voluntad del Gobierno de poner de manifiesto todo su potencial económico, se sienten un poco más dispuestos a entreabrir la puerta de la caja de caudales.

En el seno del Consejo de Explotación Postal de la UPU, el Grupo de Acción para el Desarrollo Postal, encargado de ayudar a los países a identificar las fuentes de financiamiento de la reforma postal, sigue atentamente la evolución del PIDEP y apoya su generalización en 2006. Sucede lo mismo con el Grupo de Acción de Cooperación para el Desarrollo, que se consagra a desarrollar la colaboración entre países. En un caso como en el otro, el PIDEP ofrece nuevas perspectivas.

Y perspectivas, serán necesarias. Diecinueve países participaron en la primera fase de la instauración del concepto, pero no son menos de 49 PIDEP en el mundo que están previstos entre 2006 y 2008.

La redacción

Apuntes

Seminarios FMCS:

152 personas formadas hasta el presente

Continúan en 2006 los seminarios que apuntan a sensibilizar a los Países miembros de la Unión Postal Universal en los aspectos financieros del Fondo para el Mejoramiento de la Calidad de Servicio (FMCS), como resultado de las decisiones tomadas por el Congreso de Bucarest sobre la distribución de los fondos adscritos a los gastos terminales. El seminario más reciente, para la región del Caribe, se realizó en Miami del 28 de febrero al 1° de marzo; el próximo se realizará en Panamá, a fines de abril, para los países de América Latina, terminando de esta manera el ciclo de las formaciones iniciado en 2005. Desde el inicio, 152 participantes originarios de 92 administraciones postales participaron en estas formaciones, realizadas también en Burkina Faso, en Egipto, en India, en Kenia, en Portugal y en Suiza. «Estos seminarios fueron posibles gracias a los países que los acogieron, destaca Denise Vreuls, Jefa del Proyecto FMCS. Además, muchos representantes de los países en vías de desarrollo, pudieron participar gracias a las generosas donaciones de países como Estados Unidos, Francia, India, Japón y Portugal, así como la Dirección de Cooperación para el Desarrollo de la Oficina Internacional.» Como los fondos provienen de un recargo de los gastos terminales pagados por los países desarrollados, generalmente los seminarios se realizan en paralelo con los seminarios de gastos terminales. Desde su creación hace cinco años, el FMCS permitió financiar más de 250 proyectos. Dispone actualmente de aproximadamente 50 millones de USD para nuevos proyectos.

Acuerdo UPU–Eurogiro:

CTT Correios y Ukrposhta ahora conectados

El correo portugués, CTT Correios, miembro de la red Eurogiro para las transferencias electrónicas de fondos, y el correo ucraniano, Ukrposhta, conectado a la red financiera de la UPU, pueden desde ahora intercambiar transferencias electrónicas de fondos semiurgentes pagaderos en dos días.

Los dos correos europeos son los primeros en aprovechar el acuerdo firmado entre la UPU y Eurogiro que apunta a facilitar las transferencias electrónicas de fondos, gracias a la interfaz de sus respectivas redes.

Treinta y tres correos utilizan la aplicación IFS de la UPU (Sistema Financiero Internacional) para efectuar en-

tre ellos, transferencias de dinero en función de normas de servicio establecidas sobre un plano bilateral.

La interfaz de las redes UPU y Eurogiro ahora permite a los utilizadores de la red IFS efectuar transferencias de dinero semiurgentes con un mayor número potencial de países. Sucede lo mismo para los miembros de Eurogiro que asegura 53 conexiones en 42 países.

La versión 3 de IFS toma impulso

Hasta el presente, once de los 33 países que están utilizando IFS (Sistema Financiero Internacional) para el tratamiento de los giros de correo electrónico han adoptado la versión 3 de esta aplicación desarrollada por el Centro de Tecnologías Postales de la UPU.

La versión 3 de IFS facilita aún más el trabajo del personal en la ventanilla. Ahora con un clic hacia el país de destino, los empleados pueden coleccionar, a partir de una interfaz Web, todas las informaciones brindadas por el cliente con relación al giro postal electrónico y al expedidor.

Gran utilizador de IFS, el Correo francés unió 300 oficinas de correos a través del Hexágono. Además, de Francia y Túnez – primer país que adoptó la nueva versión de IFS – Burkina Faso, Camerún, Estonia, Madagascar, Marruecos, Nueva Caledonia, la Polinesia Francesa, Senegal y Togo, figuran entre los utilizadores.

Por otra parte, Uzbekistán y Tayikistán prueban actualmente una versión «light» de la aplicación IFS. Esta versión se destina a los países en los cuales el tráfico de giros postales es particularmente pequeño o que la estructura técnica es insuficiente para albergar IFS en su sitio.

En total, 33 países recurren hoy día a una de las versiones IFS, incluida STEFI, para tratar las transferencias electrónicas de fondos.

La UPU organiza conferencias internacionales para el sector postal

Durante una serie de conferencias previstas en 2006 y 2007 en Berna, la Oficina Internacional de la UPU reunirá a los altos representantes del sector postal para debatir de los principales desafíos a los cuales están confrontados.

La primera conferencia de un día, se realizará el próximo 28 de abril en la sede de la UPU. Los participantes examinarán los modelos de desarrollo adoptados por algunos de los correos más innovadores que se en-

cuentran a la vanguardia del progreso en respuesta a la creciente competencia y a la liberalización del mercado. Debatirán temas tan diversos como las inversiones en el sector postal, los primeros llamamientos al ahorro, coparticipaciones pública y privada y la creación de alianzas permitiendo a ciertos correos extender su mercado en el ámbito internacional y posicionarse estratégicamente para el futuro.

Varios dirigentes y expertos del sector postal fueron invitados, y ya se han anunciado especialmente, Peter Bakker, de TPG, Helge Israelsen, de Post Danmark, Abdulla Ibrahim al Daboos, del correo de los Emiratos, y Pierre Guislain, del Grupo del Banco Mundial. Los representantes de bancos de negocios y de fondos de inversión, tales como CVC Capital Partners Limited, Morgan Stanley, UBS, Crédit Suisse y Merrill Lynch, estarán igualmente presentes.

«Estas conferencias destacarán el rol económico y social del sector postal en un mundo en el que las herramientas de comunicación evolucionan constantemente», destaca Daniel Le Goff, Coordinador de las relaciones con los actores del sector postal en la Oficina Internacional.

Una segunda conferencia está prevista el 30 de junio de 2006 sobre la regulación postal. Por otra parte, la UPU acogerá las reuniones anuales del Consejo de Explotación Postal del 27 de marzo al 7 de abril, y del Consejo de Administración del 9 al 20 de octubre. La Conferencia Estratégica de la Unión tendrá lugar en Dubai del 14 al 16 de noviembre de 2006.

Fondo Especial: las donaciones son apreciadas

Cada año, la Oficina Internacional invita a los Países miembros a alimentar el Fondo Especial de la UPU por medio de contribuciones voluntarias asignadas y no asignadas, para hacer frente a las necesidades urgentes. En el 2005, unos 23 Países miembros aportaron algo más de 240 000 CHF al fondo no asignado. Este fondo permite a la UPU ayudar a los Países miembros en materia de formación y desarrollar el programa TRAINPOST, el cual diseña y difunde cursos de formación colectivos y a distancia para las administraciones y las escuelas postales.

Aunque Francia sigue siendo el más importante donador, seguido de Alemania y Suiza, varios países

en desarrollo dan muestras de generosidad. En el curso del 2005, el Fondo Especial permitió financiar un cierto número de actividades entre las que se encuentran tres talleres sobre la reforma del sector postal y la reglamentación económica, organizados conjuntamente con el Banco Mundial en Libreville (Gabón), en Lusaka (Zambia) y en Bangkok (Tailandia), una conferencia tendente a promover los productos IPS y IFS en los países árabes, celebrada en Túnez (Túnez), un taller de formación de instructores a distancia y de enseñanza asistida por ordenador organizado en Yaoundé (Camerún), y dos talleres sobre el FMCS y los gastos terminales a favor de la región Asia-Pacífico y la de los Países árabes.

eMARIA pronto disponible en francés

Una versión francesa de la aplicación eMARIA será pronto propuesta a los Países miembros de la UPU. Utilizada por 58 países, eMARIA permite a las administraciones postales intercambiar informes electrónicos sobre las anomalías relativas al correo y encontrar soluciones a éstas, a fin de realzar la calidad de servicio en el plano internacional. Están previstas sesiones de formación en el transcurso del segundo trimestre de 2006 para los países europeos de lengua francesa y para los de Africa francófona. La versión francesa será puesta a disposición una vez que la formación haya terminado.

La UPU se asocia a INTERPOL

La UPU recientemente se hizo miembro del Grupo de trabajo sobre el lavado de dinero, creado por INTERPOL, la más grande organización policial internacional del mundo sita en Lyon (Francia). Debido a la importancia de los servicios financieros en el seno de las actividades de numerosos correos, las cuestiones de lavado de dinero deben ser cuidadosamente vigiladas. Formando parte del grupo de INTERPOL, la UPU estima que podrá beneficiarse de consejos y ajustar la orientación de sus trabajos, a fin de elaborar, para sus Países miembros, medidas para reducir los riesgos del lavado de dinero por vía postal. El Grupo de trabajo de INTERPOL tiene como misión reunir a los principales organismos que se interesan en las cuestiones del lavado de dinero, con el fin de hacer más eficaces los servicios de informaciones financieras en los 184 Países miembros de la organización.

Plan integral de reforma y desarrollo postal

Para una reforma postal integral

Por Rhéal LeBlanc

Desde hace poco menos de un año, un nuevo acrónimo – PIDEP – hace ruido en el ambiente postal. El PIDEP es el plan integral de reforma y desarrollo postal, un instrumento creado por la Dirección de la Cooperación para el Desarrollo (DCDEV) de la Oficina Internacional y destinado a poner en marcha el proceso de reforma postal en los países que quieran beneficiarse del mismo. Hasta el presente, la fase piloto de 2005, 19 Países miembros de la UPU se han adherido al PIDEP.

Durante años, los proyectos de reforma postal, por muy loables que hayan sido, se limitaron a la reestructuración del operador postal público. Poca atención fue dedicada a la definición del servicio postal universal o al establecimiento de un marco reglamentario jurídico capaz de asegurar el desarrollo eficaz de toda la maquinaria postal del país concernido. En ciertos casos, estas reformas se revelaron ineficaces, e incluso desastrosas.

En razón de las fuerzas que modificaron el paisaje postal, incluida la liberalización del sector y la multiplicación de los operadores privados en el mercado hizo sentir toda la importancia de instaurar un marco de reforma postal que pudiera responder a las necesidades particulares de los países.

Como lo explica uno de los arquitectos del proyecto y su coordinador en el seno de la Oficina Internacional, Rudy Cuadra, Jefe del Programa «América Latina y Caribe», la idea del PIDEP es el resultado de muchos años de trabajo en el terreno, especialmente en América Latina, donde el sector postal experimentó repercusiones fuera de lo común a lo largo de los últimos diez años. La ausencia de política sectorial, de un marco que definiera las reglas del juego postal o la definición del servicio postal universal conjugada con el hecho de que el sector postal no formaba parte de las prioridades nacionales, son otros tantos elementos que han frenado la expansión del sector postal en esos países y han permitido a una multitud de operadores postales evolucionar por doquier en el mercado. «Durante mucho tiempo, hemos trabajado con los operadores postales públicos en planes de reestructuración, pero resultó evidente que no era suficiente. Debíamos trabajar más con el Gobierno y el regulador y darles un lugar en el proceso de reforma.»

La elaboración de la *Guía para la Reforma y el Desarrollo Postal* permitió a la UPU asentar las bases de un proceso de reforma integral y subrayar su importancia ante los Países miembros. Faltaba establecer un sistema que permitiera utilizar esta Guía. Después del Congreso de Bucarest, Rudy Cuadra y Guillermo Ronderos, Consejero Regional para América Latina, se pusieron a examinar la oportunidad de crear las estructuras del PIDEP. Con la ayuda de expertos y de funcionarios de la DCDEV, propagan desde entonces la buena nueva a los países que reúnen las condiciones ideales para la formulación de un plan.

Voluntad política

«La voluntad política y el compromiso firme del gobierno, del regulador y del operador de trabajar juntos en la reforma del sector postal, constituyen las condiciones sine qua non para la formulación de un PIDEP», subraya Abdelilah Bousseta, Director de la DCDEV.

En efecto, como la meta consiste en proveer una orientación única a la organización y a la ejecución del conjunto de los componentes de la reforma y del desarrollo postal de un país particular, el PIDEP debe reunir a todas las partes interesadas en el proceso de reforma integral. Un equipo nacional integrado por representantes de todos los sectores es por lo tanto esencial para su éxito. La Oficina Internacional propone el marco directivo para emprender la reforma postal, pero luego es el país el que debe conducir las acciones hasta su término en todas las áreas – reglamentaria, jurídica y operativa. La presencia del ministerio de finanzas, de economía y sobre todo de planificación en el seno del equipo es por lo tanto deseable, destaca Rudy Cuadra, ya que esas entidades tienen a menudo la capacidad de ir a buscar las fuentes de financiamiento necesarias para realizar los objetivos del PIDEP y asegurar la integración del sector postal en el plan nacional de desarrollo.

«No hay que confundir PIDEP y plan tradicional para el operador, explica Rudy Cuadra. El PIDEP es más amplio y asocia en ocasiones a los operadores privados y a los sindicatos, ya que desde el momento en que el

sector está bien desarrollado, todos los actores pueden beneficiarse del mismo.»

Cooperación y financiamiento

Paraguay fue el primero en adoptar el PIDEP, y el ejercicio resulta ser, hasta el presente, un éxito palmario (véase art. en página 7). «Gracias a este instrumento de desarrollo, el Gobierno paraguayo se interesó por primera vez por el sector postal», señala Guillermo Ronderos. El país incluso recibió el apoyo de Brasil para realizar ciertas acciones del PIDEP. Este plan constituye por lo tanto una excelente herramienta para desarrollar la cooperación entre países en desarrollo, así como las acciones de patrocinio en otras actividades de cooperación.

En ciertos casos, la DCDEV también pudo incluir sus proyectos integrales plurianuales (PIP) – proyectos financiados conjuntamente por la UPU y los Gobiernos de los países beneficiarios – en los PIDEP de ciertos países, como en Sri Lanka y Laos, asegurando así una coordinación ideal de las actividades de desarrollo previstas por el operador postal. «En efecto, una de las metas del PIDEP es llegar a integrar todas las fuentes de cooperación o de financiamiento, internas y externas, de las cuales puede beneficiarse un país, en un marco homogéneo y bien estructurado que garantice la utilización eficaz de los recursos», precisa Abdelilah Bousseta.

Y la reforma interesa. Provistos de su PIDEP, muchos países convencieron a los dadores de fondos a invertir en su proyecto. El Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo por ejemplo, apoya el proyecto de Siria, mientras que el Banco Interamericano de Desarrollo y el Banco Mundial aseguran respectivamente una parte del

financiamiento en Paraguay y en Panamá. Los Gobiernos de Costa Rica y de Mali han aportado su propio dinero para apoyar la reforma en sus respectivos países.

Regionalización

La fase piloto fue concluyente, la Oficina Internacional se consagrará en 2006, a brindar a las regiones – especialmente a los Consejeros Regionales de la UPU y a las Uniones restringidas – las herramientas necesarias para aplicar la metodología del PIDEP y asegurar el apoyo y el seguimiento de los proyectos que ya están en curso.

Están previstos cuatro talleres de capacitación en diferentes regiones del globo. Una quincena de expertos por región – personas de alto nivel que trabajan en el seno de los operadores, de los reguladores o de los gobiernos – serán formados con el propósito de poder apoyar el proceso de reforma postal en los países que les conciernen. Los Consejeros Regionales serán formados en marzo, los expertos de los países de habla hispana en mayo, los de los países de habla francesa en septiembre y los de habla inglesa en noviembre.

Este proceso debería permitir asegurar un relevo en el plano regional a partir de 2007, garantizando así una participación más activa de los actores regionales. La Oficina Internacional continuará, por su parte, asegurando la coordinación mundial de los PIDEP, especialmente en lo que se refiere a las tareas ligadas al control de la metodología, a la gestión y al mejoramiento de las nuevas promociones de expertos, a la animación de los equipos regionales de despliegue de los PIDEP y a las negociaciones con los dadores de fondos de los fondos interregionales.

Han sido formulados PIDEP en 19 países: Bahamas, Belice, Benin, Bhután, República Centroafricana, Costa Rica, Gambia, Jamaica, Kuwait, Laos, La ex República Yugoslava de Macedonia, Malí, Nepal, Panamá, Paraguay, Sri Lanka, Siria, Chad y Uruguay.

Durante mucho tiempo, hemos trabajado con los operadores postales públicos, en planes de reestructuración, pero ha resultado evidente que teníamos que trabajar más con el gobierno y el regulador.

Paraguay de pionero

Por Rhéal LeBlanc

Pequeno país enclavado entre Bolivia, Brasil y Argentina, Paraguay está, a semejanza de otros países latinoamericanos, en una situación postal precaria desde hace muchos años. Servicios postales lentos, poco fiables y costosos convirtieron al operador postal del país, incapaz de responder a las necesidades del mercado, resultando desfavorecido en el plano de la competencia. Entre 1999 y 2003, los volúmenes de correo bajaron un 50% y la productividad un 40%. En el 2004, el operador público hizo frente a un déficit de explotación de más de 1,5 millones de USD.

Como en otros países, el sector postal de Paraguay no se beneficia de un marco jurídico y reglamentario, las obligaciones del Estado relativas al servicio universal no están definidas, el operador público no tiene la flexibilidad comercial necesaria para hacer frente a la competencia, y las inversiones en tecnología postal son netamente insuficientes.

Pero las cosas están en proceso de cambiar, gracias a la voluntad política del Gobierno de inyectar un nuevo dinamismo al sector postal, reformándolo totalmente sobre la base del Plan Integral de Reforma y Desarrollo Postal (PIDEP) elaborado por la Unión Postal Universal, en colaboración con la Unión Postal de las Américas, España y Portugal. Paraguay hace efectivamente de pionero, como el primer país del mundo en haber adoptado un PIDEP en 2005.

Plan adaptado

Según Hugo Piccinini Soerensen, Director del correo en la Dirección General de Correos, que depende del Ministerio de Obras Públicas y Comunicaciones, el PIDEP permitió sensibilizar al Gobierno sobre el rol social desempeñado por el servicio postal universal y la importancia de asegurar la prestación en la totalidad del país, lo cual no es el caso actualmente. Así resultó la necesidad de adoptar una política sectorial y elaborar un marco jurídico y reglamentario que definiera el servicio postal universal, sus condiciones de prestación y de financiamiento, así como la necesidad de organizar el mercado postal sobre la totalidad del territorio. «El plan está adaptado a la realidad del país, destaca el Señor Paccinini Soerensen. Identifica nuestras fuerzas y nuestras debilidades, y establece lo que hay que hacer para

mejorar las condiciones del sector postal y modernizar los servicios del operador público.»

Análisis del servicio postal universal, estudios de mercado, elaboración de una política sectorial: los trabajos están bien iniciados para llevar a término el PIDEP, el cual culminará, según la agenda, en el curso de la segunda mitad de 2007, con la elaboración de la ley postal, del marco reglamentario y del plan de desarrollo para el operador.

Transformación del operador

La Dirección General del Correo será efectivamente transformada en empresa autónoma con carácter comercial, que operará en un mercado regido por reglas de competencia definidas. En el momento actual, el mercado postal en Paraguay está enteramente desreglamentado. El operador designado no se beneficia de ningún servicio reservado o monopolio, y la actividad de los operadores privados no es controlada. El establecimiento de un marco reglamentario corre el riesgo por lo tanto de ser una tarea particularmente difícil, según el Señor Piccinini Soerensen, ya que afectará directamente a los intereses de los operadores privados. Sin embargo, reconoce que la reforma es prometedora de numerosos beneficios para la sociedad paraguaya, incluidos servicios de calidad. «El objetivo es de aportar al mercado las ventajas de un sector postal organizado y reglamentado, que dinamizarán la economía y la actividad financiera del país.»

Ayuda externa

En el transcurso del PIDEP fueron identificadas acciones de urgencia para encauzar la situación postal actual, entre las cuales algunas han suscitado una cooperación entre Paraguay y otros países. El Ministerio de Comunicaciones de Brasil, en colaboración con el correo brasileño, envió a tres especialistas a Paraguay para ayudar al país a modernizar los servicios del operador designado. Por otra parte, un ingeniero del correo de Brasil diseñó los planes de un nuevo Centro de clasificación en Asunción. Paraguay aprovechará de sus recursos del Fondo para el Mejoramiento de la Calidad de Servicio para comprar una parte del material de explotación necesario, y

el Gobierno español se interesa por el financiamiento del proyecto. Pero la reforma postal en Paraguay no interesa solamente a los países vecinos o amigos. Con el PIDEP

en la mano, Paraguay ha atraído la atención del Banco Mundial y del Banco Interamericano de Desarrollo, entre otros, que financiarán también una parte de la reforma.

Foto:

En el país que alberga la histórica misión jesuita de La Santísima Trinidad de Paraná, el promedio de envíos de correspondencia por habitante es de 8, frente a 60 en Brasil, 30 en Argentina y 18 en Uruguay.

Laos

Plan de supervivencia para el correo

Por Lucie Warrillow

Laos es uno de los 19 países en desarrollo que han adaptado el Plan Integral de Reforma y de Desarrollo Postal (PIDEP). Este plan, al que se suma un Proyecto Integrado Plurianual (PIP) puesto a punto por la Oficina Internacional de la UPU, tiende a ayudar a Laos a reformar y reforzar su sector postal y a mejorar el servicio postal universal.

Laos fue uno de los primeros candidatos escogidos para un PIDEP – no hubo más que cuatro entre los países asiáticos. Conocido bajo el nombre afectuoso de «país del millón de elefantes», Laos es un país sin litoral del Sudeste Asiático que tiene algo más de 6,2 millones de habitantes. En este país, en el cual la densidad de población es de 22 habitantes por kilómetro cuadrado, la comunicación es garantizada por intermedio del operador público postal – Empresa de Correos Lao (ECL) – que existe como empresa de Estado desde 1986. La ECL, prestadora oficial de servicios postales, la cual cuenta con 479 empleados, depende del Ministerio de Comunicaciones, Transportes, Correos y Construcción. La ECL y su Ministerio de tutela participaron estrechamente en las diferentes fases del PIDEP, que abarcaba especialmente un estudio de mercado y un análisis de la situación en el plano nacional, así como medidas de extensión, de financiamiento y de las condiciones propuestas con miras al desarrollo del servicio postal universal.

Fuerte grado de compromiso

«No fue difícil escoger a Laos como candidato para un PIDEP», explica el Consejero Regional de la UPU para la región Asia/Pacífico, Vinod Dhamija. Por una parte, el Gobierno de Laos se esfuerza en promover una economía centrada en el mercado, con el propósito de alentar las inversiones extranjeras y estimular la competencia. Por otra parte, el Gobierno apoya la reforma postal. Además, adoptó la ley postal de 2004 que según el Director de la división de las operaciones postales de la ECL, Bounchanh Siripraphanh, sirve «de instrumento de trabajo en el área postal» y ayuda a la empresa a determinar qué servicios deben ser prestados por el operador postal, por una parte, y por las sociedades de mensajería privadas, por otra. Parece que estas medidas han producido ampliamente

sus frutos, ya que a pesar de que Laos figura, técnicamente hablando, entre los países menos adelantados, su producto interior bruto (PIB) aumenta regularmente, según una tasa anual de alrededor del 6%.

Además, la ECL registra beneficios constantes, y sus ingresos y gastos aumentaron del 71% al 96% respectivamente, entre 2000 y 2004. A este respecto, Laos constituye una excepción entre los países en desarrollo. Por otra parte, su gran autonomía, sus prácticas ejemplares en materia de contabilidad comercial y la necesidad de ser autosuficiente condujeron a la ECL a adoptar una estrategia de empresa fuertemente centrada en los aspectos comerciales de su actividad.

Según el Sr. Siripraphanh, ello se apoya en estadísticas que demuestran que la consolidación de los servicios postales de ECL se efectúa al mismo ritmo que el crecimiento económico nacional, «el sector postal contribuyó al desarrollo de la economía nacional haciendo aumentar el PIB». En efecto, el número de cuentas de ahorro postales y de transferencias de fondos a nivel nacional pasó respectivamente de 554 y 10 949 en 2001 a 4166 y 88 671 en el 2004. Además, los servicios financieros postales deberían continuar representando una fuente de ingresos no despreciable en el transcurso de los años que vienen.

Adaptación al cambio

Estas estadísticas impresionantes son un buen augurio para el crecimiento futuro del sector postal en general, y del mercado de Laos en su conjunto, pero si la ECL quiere prosperar y crecer, debe adaptarse a la evolución de las exigencias del mercado y a los progresos tecnológicos, resistiendo al mismo tiempo el doble impacto de la globalización y de la liberalización de los mercados. «A pesar de que la ECL obtuvo resultados alentadores en materia de comercialización y de rentabilidad, se estima que esos objetivos no podrán ser alcanzados sin la creación de un entorno reglamentario favorable y habilitante», explica el Señor Dhamija.

«La ECL se esfuerza en crear las condiciones necesarias para su supervivencia», precisa el Señor Siripraphanh.

El «plan de supervivencia» fue elaborado bajo forma de un PIDEP que el Gobierno aprobó en septiembre último. Este PIDEP concierne especialmente a la reforma reglamentaria y a la consolidación de las capacidades y fue concebido teniendo en cuenta los desafíos a los cuales la ECL debe hacer frente. La orientación estratégica del plan, en particular, que refleja numerosas prioridades del Gobierno, apunta a reforzar los servicios universales, la política y el fundamento legislativo de la ECL, así como asegurar su éxito como empresa comercial, sin comprometer la ejecución de sus obligaciones en materia de servicio universal.

Poco después, la Oficina Internacional elaboró un PIP para responder a las necesidades enunciadas en el plan. Este proyecto, aprobado en diciembre último, permitirá financiar las misiones de consultores, la formación de agentes postales y la compra de material.

El PIP, cuya puesta en ejecución está prevista para el 2006, debería tener numerosas consecuencias positivas, aparte del reforzamiento del sector postal. En efecto, la instauración de un marco reglamentario sólido tendría incidencias favorables sobre otros sectores, y una ECL fuerte estaría en posibilidad de animar una participación estructurada del sector privado. Por otra parte, sus vastas redes de distribución y de servicios financieros podrían servir para unir las regiones aisladas en un esfuerzo tendente a acelerar la descentralización y a reducir la pobreza.

Los desafíos ciertamente son elevados, pero las recompensas están a la altura de los esfuerzos realizados, y todos los interesados apoyan la realización del plan. «La ECL seguirá todas las recomendaciones formuladas en el marco del PIDEP y utilizará los elementos del plan de reforma y de desarrollo para sus acciones futuras», precisa el Señor Siripraphanh.

Modelos de crecimiento postal

Encontrar los caminos que llevan a Roma...

Por Rhéal LeBlanc

¿Cómo reformar y desarrollar el sector postal, especialmente el de los países en desarrollo, conjugando crecimiento, dominio de los costos y prestación del servicio postal universal? Proyecto ambicioso sólo el de responder a esta pregunta, pero es el objetivo del nuevo Grupo de Proyecto «Economía Postal» que preside Joëlle Toledano. Miembro de la Autoridad de regulación de las comunicaciones electrónicas y de los Correos en Francia, esta economista de formación se interesa por la economía postal desde hace años y publicó numerosas obras sobre el tema, entre las cuales se encuentra el libro *Economía postal: Los Fundamentos* (Economica, 2004). Cuando la Unión Postal Universal decidió crear en el seno del Consejo de Explotación Postal un grupo que se consagraría a las cuestiones ligadas a la economía postal, ella era la persona mejor indicada para dirigir una profunda reflexión sobre el sector postal con el propósito de desprender modelos económicos amparando el servicio postal universal en un marco reglamentario apropiado y sobre los cuales los países podrían apoyarse para revitalizar la actividad postal en su territorio. *Union Postale* le solicitó explicar el objetivo de sus trabajos.

¿Existe una verdadera economía postal?

Yo diría que existe un conjunto de instrumentos que se aplican a una diversidad de sectores postales. Es cierto que los sectores postales en Canadá, en Francia o en India son muy similares, pero no son los mismos. Hace quince años, un conjunto de expertos de países industrializados utilizaron las herramientas económicas para estudiar el sector postal a través de ciclos de conferencias regulares, trabajos y cuestionamientos sobre la reforma postal. Hoy día, existe una buena gama de análisis común del desarrollo del sector postal en esos países, una vez que se es capaz de explicar lo que pasa en el mercado. Se comprende bastante bien cómo la oferta evoluciona, el impacto de las nuevas tecnologías sobre la actividad postal y cómo la competencia se desarrolla. También se desmarcan tendencias: el tráfico postal por habitante es generalmente elevado y ese tráfico – esencialmente generado por las empresas – se dirige sobre todo a los hogares. Además, los salarios de los empleados son relativamente elevados, lo que conduce a una mecanización cada vez

más fuerte del tratamiento del correo a lo largo de la cadena postal. Finalmente, como quiera que los tráficos son suficientemente elevados y los costos unitarios bajan en función del aumento del tráfico, pueden realizarse durante la distribución a domicilio economías de escala importantes, el modo de distribución el más extendido en los países industrializados. Por lo tanto, una especie de círculo virtuoso se desencadenó en estos países, dando lugar a partir del siglo XIX al desarrollo de los correos.

¿Y qué sucede con los países en desarrollo?

La situación es totalmente diferente. En estos países se han efectuado muy pocos análisis económicos. Y, si estos existen, carecen a menudo de datos completos. El proyecto del grupo, es no sólo poner en guardia contra una transposición sistemática del análisis económico común de los países industrializados hacia los países en desarrollo, pero sobre todo, construir nuevos modelos viables de crecimiento del sector postal adaptados a estos países. Ganancias de eficacia, mejoramiento de la calidad de servicio, precios asequibles y satisfacción de la clientela: todas estas características encontradas en los países desarrollados se apoyan sobre palancas muy bien identificadas que no se encuentran generalmente en los países en vías de desarrollo. Ya que por ejemplo no hay una sola manera de distribuir el correo o rentabilizar las inversiones. Los modelos en Senegal, en India o en Trinidad y Tobago no serán los mismos, pero adaptados a su propia situación. Nuestra meta, es trabajar con los países en vías de desarrollo para proponer modelos de reforma tanto en el plano de la eficacia del sector como en el de la competencia y su regulación, que permitirán al sector postal de esos países contribuir plenamente al desarrollo económico y social.

¿Por qué la UPU se interesa ahora por esta cuestión?

Hasta el presente se decía a los países: reforma, reforma, reforma. Ciertamente se necesita más eficacia, pero hay que mostrar la diversidad de las situaciones y de los caminos, con el propósito de que se pueda construir un modelo postal sostenible que no quede simplemente en el terreno de lo social y de lo político.

Existen numerosos trabajos de orden económico que tratan del transporte o la telecomunicación. ¿Por qué ha habido menos interés por el sector postal?

En los años 90, hubo un gran movimiento de liberalización en muchos sectores. La liberalización en las telecomunicaciones, por ejemplo, fue portadora de beneficios potenciales, lo que alentó la inversión. Y cuando se atraen los capitales, los trabajos siguen porque hay dinero que ganar. En mi opinión, y es una interpretación totalmente personal, si hay menos interés en el sector postal, es porque las previsiones en términos de beneficio eran desfavorables. Además, las necesidades de financiamiento del sector postal son percibidas como menos legítimas que las telecomunicaciones, la electricidad, el agua y otros servicios públicos debido a una visión del correo – inexacta, en mi opinión – como un «viejo» servicio que va a desaparecer en beneficio de las comunicaciones electrónicas.

Por su lado, el sector postal conoció en ciertos países en desarrollo, una liberalización que podríamos calificar de «salvaje» y que no pudo atraer a los inversionistas. Además, dejando el mercado desarrollarse sin un marco reglamentario, hay algunas catástrofes, especialmente en América Latina, que fueron, durante mucho tiempo, un territorio de experimentación en todos los sectores. Ciertos sectores encontraron inversionistas, pero no el sector postal. Se dejó por lo tanto evolucionar con una economía subterránea. Desde este punto de vista, la no atractividad del sector postal hizo que existieran muy pocos proyectos de desarrollo.

De ahí la importancia de su trabajo, ¿no es así? Con todos los proyectos de reforma que necesitan inversiones importantes, el sector debe poder apoyarse en las investigaciones y análisis para impulsar sus ambiciones.

Nuestro objetivo es efectivamente contribuir a hacer del sector postal un sector rentable y moderno, pero sobre todo ligándolo a las obligaciones que hacen que no sea únicamente un lugar de rentabilidad. Ese es el gran riesgo en este asunto, ya que de ello depende toda la cuestión del servicio postal universal. En mi opinión, la solución es llegar a proponer alternativas de desarrollo simultáneas del servicio postal universal, de la eficacia y de la rentabilidad.

¿Cómo va usted a llevar adelante sus trabajos? ¿Cuáles son los grandes ejes de acción del Grupo de Proyecto «Economía Postal»?

La organización y el desarrollo del Grupo forman parte de nuestro trabajo actual. Como quiera que la economía no es una ciencia exacta, se necesita una serie de estudios que se enriquezcan mutuamente, siendo generales algunos de ellos a la totalidad de los países y los otros con orientación más específica, a fin de analizar los factores que hayan contribuido a los éxitos o a los fracasos en el sector postal. A partir de esos análisis, esperamos llegar a proponer esquemas apropiados.

Por otra parte, en el centro del desarrollo postal está la cobertura universal. Si los tráficos son bajos, no es cuestión de desarrollar por todos lados el servicio universal de distribución a domicilio, lo que sería demasiado costoso. Dicho esto, soluciones existen: algunos países, por ejemplo, han concentrado los buzones en las oficinas de correo o en lugares comunes, o distribuyen el correo con otros objetos. Hay que ver cómo desarrollar esta distribución universal para que el tráfico aumente y que se pueda mejorar continuamente. Debemos por lo tanto comprender, a nivel del sector, lo que podría contribuir al desarrollo del tráfico y determinar buenas maneras de desarrollarlo, asegurando al mismo tiempo la mejor relación calidad-precio. Por otra parte, debemos interrogarnos sobre las diferentes políticas aplicadas por ciertos países en cuanto a reglamentación, y ver cuáles de ellas contribuyeron mejor a la eficacia.

Los primeros trabajos de análisis económico del sector postal demostraron, por ejemplo, que no había que mirar simplemente el tráfico por habitante sin tener en cuenta la demografía o el nivel de alfabetización. Comparar tráficos por habitante entre países de los cuales la demografía y los niveles de alfabetización son diferentes, pueden llevar a conclusiones equivocadas. De manera más general, a un crecimiento económico dado y a un nivel de desarrollo dado, hay países que tienen más o menos tráfico. Hay que comprender por qué.

¿Cómo va usted a reunir los datos necesarios para un análisis objetivo?

Vamos a proceder sobre una base regional o sobre una base nacional, con el apoyo de los países que tengan a bien ayudarnos. Estamos extremadamente abiertos y bastante claros sobre las preguntas que nos estamos haciendo. Es evidente que no vamos a responder a todo. Pero, con algunos buenos estudios podemos llegar a proponer caminos. A menudo, basta con tres o cuatro certezas frente a un cierto número de preguntas. Después, cada uno de nosotros las utilizará en función de sus propios objetivos.

Precisamente, ¿cómo los Países miembros pueden ayudarle en sus trabajos? ¿Cuáles son sus expectativas en ese sentido?

Todos los apoyos son buenos. Espero que los países van a implicarse en nuestros trabajos, que van a contarnos lo que han hecho y lo que resultó, y que van a comunicarnos los datos que permitieron los análisis generales.

En la primera reunión del Grupo de Proyecto «Economía Postal», hace un año, quedé muy desilusionada, ya que todos los países alrededor de la mesa eran desarrollados. Sin embargo, en nuestra reunión de octubre último, me alegré de ver también a numerosos intervinientes originarios de los países

emergentes o en desarrollo. No vamos a facilitarles la solución, pero vamos a intentar suministrarles una serie de herramientas y estimularlos a abordar el problema. Tenemos que entablar un debate. La economía postal no es un catecismo, es una manera de ver las cosas. Algunos pensamos que el servicio postal sigue siendo importante a comienzos del siglo XXI. Pero, si no conseguimos demostrarlo y convencer, habremos perdido y nos tratarán de ideólogos algo trasnochados. La comunidad postal tiene interés en mantener sus objetivos políticos y sociales e introducir en ellos una dimensión económica, pues de lo contrario nos encontraremos frente a dificultades.

Fotos:

Fig. 1. – No se puede trasladar sistemáticamente el análisis económico común de los países industrializados a los países en desarrollo; se deben elaborar nuevos modelos viables de crecimiento del sector postal adaptados a estos países.

Fig. 2. – Comparar tráfico por habitante entre países con demografía y niveles de alfabetización diferentes puede conducir a conclusiones erróneas.

Hermanamiento: una idea que prospera

Por Jérôme Deutschmann

A pesar de la competitividad entre empresas o la presión que representa la liberalización de los servicios, cada vez más los correos cooperan para afrontar un futuro común, una visión compartida a largo o a corto plazo.

La resolución C22/2004 adoptada por el Congreso de Bucarest, tiene como meta materializar este estado de espíritu, esta voluntad de conjugar los esfuerzos. Prevé proseguir los trabajos de cooperación por medio de proyectos de hermanamiento. Pero qué se entiende exactamente como hermanamiento, y ¿cómo la UPU podrá encontrar un medio de mejorar eficazmente la cooperación para el desarrollo utilizando esta forma de asociación?

Creado con la finalidad de suministrar una ayuda mutua y un intercambio, el hermanamiento constituye una herramienta de asistencia aplicable entre correos, cuya competencia y experiencia difieren en una materia específica que sería definida conjuntamente y de la cual una de las partes se beneficiaría del apoyo y del seguimiento de la otra.

PostEurop muestra la vía

PostEurop, la Asociación de los operadores postales públicos europeos, que agrupa 44 correos, instauró desde 1999 muchos proyectos de hermanamiento. Estos proyectos, llamados en lo sucesivo Twinning, Acuerdo, Acuerdo II y ACTIN, fueron financiados por la Unión Europea y tuvieron como meta suministrar a los operadores postales de los países de Europa Central y Oriental (PECO) los conocimientos prácticos y las herramientas necesarias para la aplicación de la legislación europea relativa al sector postal, conocida bajo el nombre de «adquisición comunitaria». Muchas decenas de misiones y el envío de expertos a los correos de PECO permitieron formar centenas de empleados postales sobre las medidas que deben aplicarse para adaptar las prácticas comerciales de los correos y hacerlos más competitivos. Para llevar a cabo estos proyectos, PostEurop definió cinco dominios de acción estratégica: la calidad de servicio, las finanzas y la contabilidad analítica, la mercadotecnia y las ventas, la gestión de proyecto y las relaciones con el regulador. Desde el 2003, estos proyectos se concentraron en la formación de instructores en la adquisición comunitaria en el sector postal europeo y en el intercambio de prácticas

ejemplares en materia de explotación y de mejoramiento de la calidad de servicio. Los correos beneficiarios de los PECO han logrado numerosas ventajas.

Enfoque bilateral

Corresponde a la UPU, apoyada en esa nueva resolución, inspirarse en los proyectos de hermanamiento organizados por otras organizaciones u otros correos que han producido sus frutos para ambos copartícipes.

Para ello, el Grupo de Acción para el Desarrollo Postal (GADP) «elaboró un cuestionario que considera las enseñanzas sacadas de las experiencias de PostEurop. Este cuestionario tiende a establecer una lista de las áreas fundamentales que los países miembros de la Unión juzgarán prioritarias para la aplicación concreta de proyectos de hermanamiento en sus regiones», precisa el canadiense Gérard Power, Presidente del GADP.

Un tal enfoque se inscribe plenamente en el marco de los objetivos de la Estrategia Postal Mundial de Bucarest y necesita la participación voluntaria de ciertos correos líderes.

Para garantizar el éxito de los proyectos, los expertos coinciden en decir que la definición precisa y argumentada de los proyectos es necesaria. Los correos concernidos pueden, por su magnitud y su mercado, sacar provecho de su experiencia recíproca y de su objetivo común. La relación no debe ser unilateral sino compartida. El correo prestador sirve de puente de enlace o de proveedor de asistencia técnica para el correo beneficiario. El correo beneficiario participa activamente en el proyecto desde su formulación y comparte su experiencia con el correo prestador. La UPU no puede apoyar una relación estrictamente comercial. Un proyecto de hermanamiento concertado entre dos países en desarrollo constituye igualmente un buen ejemplo de cooperación desde el momento en que implica un intercambio de pericia, de tecnologías o de recursos.

Los Consejeros Regionales y las Uniones restringidas serán llamados a desempeñar un rol de facilitador o a elaborar proyectos tomando en cuenta el estado de desarrollo respectivo de los operadores de una misma región, y después asegurar su seguimiento.

Finalmente, deberían ser desplegados esfuerzos de sensibilización ante los facilitadores de fondos públicos o privados, de esta manera los donadores serían contac-

tados, y les sería sometido un detallado pliego de condiciones y un plan realizable. Se trata de saber precisamente quién paga y qué en cada fase del proyecto y hasta su finalización. Por ejemplo, sería también posible recurrir al Fondo para el Mejoramiento de la Calidad de Servicio para los proyectos de envergadura regional. Cada proyecto sería objeto de discusiones francas y discernimiento entre la UPU y los correos de los países concernidos.

Correos y Gecotel

En 1982, el Gobierno de Guinea Ecuatorial y el de España celebraron un acuerdo, en virtud del cual el servicio filatélico de correos, el correo español, se comprometió a emitir sellos para Guinea Ecuatorial y encargarse de la venta filatélica para Gecotel, Correo de Guinea Ecuatorial. Otros proyectos tuvieron como objetivo el mejoramiento del servicio, tal como la distribución a domicilio. Actualmente, fue enviado sobre el terreno un consultor del correo español que efectúa misiones para la UPU en materia de calidad de servicio y para la Cooperativa EMS, con miras a proceder al análisis de la situación postal de Guinea Ecuatorial en las zonas urbanas y rurales. Este consultor ya elaboró un plan de reforma tratando muchas acciones prioritarias: el saneamiento de la deuda del servicio EMS, el servicio internacional y la regulación del servicio postal universal según las disposiciones de la Estrategia Postal Mundial de Bucarest. El consultor administra igualmente los programas de formación en colaboración con la Agencia de Cooperación Española. Todas estas acciones dirigidas obtuvieron la aprobación del Gobierno de Guinea Ecuatorial, que encargó al Ministerio de tutela de correos llevar a cabo todos estos proyectos, en los cuales el alcance es también socioeconómico. Este tipo de hermanamiento ya constituye un ejemplo de cooperación entre dos correos para muchos países africanos de esta región.

PostEurop, Deutsche Post y Poczta Polska

El proyecto de hermanamiento «Mejoramiento de la norma europea de calidad de servicio», fue conducido bajo la égida de PostEurop y de sus dos acciones de desarrollo «Acuerdo+Acuerdo II», pero la dirección del proyecto fue confiada a Deutsche Post. Se trata de un proyecto que involucra a siete operadores europeos (entre los cuales figuran TNT y Post Danmark) que tendía a compartir conocimientos y prácticas ejemplares para lograr los resultados de la norma impuesta por la dirección comunitaria; es decir que el 85% del correo europeo debe ser distribuido en un plazo de tres días siguientes al depósito del envío prioritario en el operador postal. «El hermanamiento debe ser benéfico para todas las partes interesadas, en nuestro caso preciso, a los siete operadores socios, ya que un mejor nivel de calidad de servicio de los flujos de correo intraeuropeo en una red interconectada beneficia a todos», declara Christian Schelter, responsable de este proyecto en Deutsche Post.

Sobre la base de un acuerdo-marco predefinido, ha sido necesario determinar las necesidades de Poczta Polska, sus preocupaciones, su estrategia y otros factores externos tales como las prescripciones jurídicas polacas, las normas de calidad, etc. «Es muy importante escoger un país socio que posea parámetros más o menos similares en términos geográficos, tamaño de la red, número de clientes, con el fin de establecer una hoja de ruta realizable. Otro aspecto fundamental del hermanamiento es la discusión abierta, los intercambios de expertos internacionales y de los expertos polacos con miras a encontrar la mejor solución considerando las características particulares de cada uno», precisa Christian Schelter.

El correo polaco está satisfecho del proyecto y se ha beneficiado cabalmente del mismo. Actualmente alcanza los resultados previstos en materia de calidad de servicio y muestra buenos desempeños para sus normas de calidad en lo internacional y para otros en lo interno.

A lo largo de la realización del proyecto, los expertos de correos copartícipes intercambiaron sus experiencias respectivas sin rodeos, debatieron los puntos fuertes y las debilidades de Poczta Polska. Pero también obtuvieron ricas enseñanzas de estas misiones, tomando conocimiento de ideas ingeniosas en Polonia, tales como el pegado de etiquetas sobre cada buzón público indicando a los usuarios cómo direccionar bien sus envíos. El proyecto es un éxito multilateral.

El sida en el lugar de trabajo

Ya es hora de que los correos se comprometan

Por Juliana Nel

El VIH/sida pone en peligro los medios de subsistencia de millones de trabajadores y de aquellos que dependen de ellos: familias, comunidades, empresas y organismos públicos. Debilita las economías nacionales, por su efecto directo sobre la oferta de mano de obra y la productividad, acarreando un alza de los costos para las empresas y un descenso de los niveles de producción y de los ingresos.

Las últimas estadísticas publicadas por la ONU-SIDA y la Organización Mundial de la Salud (OMS) son sorprendentes: de 40 millones de personas que viven con el VIH/sida hoy día, el 90% tienen edades de 15 a 49 años, y están por lo tanto en los años de mayor productividad de su vida. Durante el Foro Económico Mundial 2006, que tuvo lugar recientemente en Davos (Suiza), jefes de empresa se mostraron muy preocupados por el impacto del sida en el lugar de trabajo. Según una investigación realizada por el Foro, cerca de la mitad de las 11 000 empresas interrogadas en 117 países, prevén que el sida influirá cada vez más en sus actividades en el transcurso de los próximos cinco años.

Con más de cinco millones de trabajadores postales en el mundo, y millones más en los sectores/áreas conexas, el sector postal representa una parte considerable del mercado del empleo y está directamente afectado por la epidemia.

Según Marcel van Soest, Director Ejecutivo de World AIDS Campaign (WAC) (campana mundial contra el sida), una organización no gubernamental que se esfuerza en promover una acción concertada contra el VIH/sida a escala mundial, «el VIH/sida afecta a todos los sectores de actividad y requiere el compromiso tanto de los empleadores como de los empleados. El sector postal no es la excepción, y las empresas postales tienen el deber de velar por la instauración de políticas y programas de prevención adaptados.» El mensaje de la campaña de la cual el tema es «Alto al sida. Mantener su promesa», se dirige a los gobiernos y a los decididores quienes, durante la sesión extraordinaria de la Asamblea General de las

Naciones Unidas sobre el VIH/sida celebrada en el 2001, se comprometieron a atajar la epidemia.

Políticas y programas relativos al lugar de trabajo

El problema del VIH/sida en el lugar de trabajo es una cuestión fundamental, no solamente porque concierne a la mano de obra y a la productividad, sino también porque los programas en el lugar de trabajo pueden desempeñar un papel no despreciable en la lucha contra la epidemia.

Según la ONUSIDA y la Organización Internacional del Trabajo (OIT), la falta de políticas en el lugar de trabajo, la baja inversión en los programas de prevención y de ayuda en ese campo y la ampliación de los fenómenos de estigmatización y de discriminación en los lugares de trabajo, constituyen los mayores obstáculos.

«Está claro que se requiere con la máxima urgencia una ampliación rápida del alcance y de la ampliación de los programas de prevención del VIH», declaró el Director Ejecutivo del ONUSIDA, el Dr. Peter Piot, durante el lanzamiento del informe *Situación de la epidemia de sida 2005*.

Una investigación informal llevada a cabo por *Union Postale* ante un cierto número de operadores postales, reveló que pocos de ellos, especialmente en los países de baja prevalencia, habían instaurado políticas de prevención del VIH/sida. Más inquietante es la respuesta de ciertos operadores postales, principalmente en Europa Oriental y en Asia, que afirman que los programas de prevención del VIH/sida «no son una prioridad» para su empresa, y esto a pesar del hecho de que Europa Oriental y Asia Central y Oriental registran las tasas más fuertes de infección del VIH. El informe *Situación de la epidemia de sida 2005* indica un crecimiento de un 25% del número de personas infectadas por el VIH en estas regiones. Muchos operadores postales precisaron sin embargo que siguen políticas de lucha contra VIH/sida elaboradas por su gobierno.

Ambientes de trabajo de alto riesgo

Ciertos lugares de trabajo presentan más que otros un riesgo más elevado de transmisión del VIH para los trabajadores. Según la OIT, el riesgo de transmisión

crece cuando la mano de obra está constituida por trabajadores móviles o migratorios. Esto implica muy particularmente al sector de transporte, cuyos empleados pueden recorrer grandes distancias en largos períodos. Considerando que mucho de los grandes operadores postales utilizan el transporte por carretera, sus empleados están por lo tanto más expuestos, así como los trabajadores migratorios que viven lejos de sus casas durante períodos prolongados. Muchos operadores públicos emplean numerosos trabajadores migratorios.

A pesar de que el riesgo no sea tan elevado como la de los agentes de salud, los agentes postales podrían estar expuestos a la infección del VIH en el marco de su trabajo. Ciertos operadores postales, incluidos Australia Post, Postes Canada y Post Danmark, instauraron medidas para proteger a su personal, tras haber encontrado agujas usadas en los buzones públicos y haberse derramado muestras sanguíneas durante las operaciones de distribución del correo. «Como resultado de incidentes ligados a la presencia de agujas hipodérmicas en los buzones públicos, distribuimos guantes de protección a nuestros agentes. Algunas heridas fueron señaladas pero afortunadamente nadie se infectó. Instauramos también medidas de prevención relativas a la manera de actuar en caso de derrame de sangre o de otras materias infecciosas durante las operaciones de tratamiento y de distribución del correo», explicó Grethe-Birgitte Friis Jakobsen, portavoz de Post Danmark.

En 1999, la UPU y la OMS firmaron un acuerdo tendente a promover la seguridad del transporte de las materias infecciosas y de las muestras de diagnóstico por vía de la red postal internacional. Este acuerdo prevé la creación de embalajes más seguros y la elaboración de programas de formación para los establecimientos de salud, las administraciones postales, las empresas de correo directo y los cargadores en todo el país.

Alianzas mundiales

En el informe del Foro Económico Mundial titulado *Global Review of the Business Response to HIV/AIDS 2005/2006 (Estudio mundial 2005/2006 sobre la acción de las empresas para la lucha contra el VIH/sida)*, la estigmatización y la discriminación son presentadas como problemas crecientes. Se subraya que las empresas pueden desempeñar un papel capital, elaborando y aplicando políticas relativas al lugar de trabajo para luchar contra la discriminación y facilitar el acceso de los empleados a los servicios de tratamiento y de prevención del VIH. Coaliciones como la coalición mundial de las empresas contra el VIH/sida ayudan a las empresas a tomar estas medidas reuniéndolas para una puesta en común de las prácticas ejemplares.

Deutsche Post World Net, con su empresa internacional de servicios por expreso y logísticos, DHL, es el primer operador postal en asociar a la Coalición mundial de las empresas contra el VIH/sida el punto central oficial del sector privado para el Fondo mundial contra el sida, la tuberculosis y el paludismo. Con cerca de medio millón de empleados en más de 220 países, Deutsche Post World Net y DHL contribuyen activamente en las medidas de prevención del VIH/sida, especialmente en los países de fuerte incidencia en África y en Asia. Además, utilizan su vasta red de transporte para encaminar material de información muy útil para las campañas de lucha contra el VIH/sida, así como para los antiretrovirales y muestras para ayudar a aquellos que intentan poner a punto un remedio.

«Las empresas postales, presentes por doquier en el mundo, distribuyen informaciones a la mayor parte de los habitantes del planeta. Ellas pueden desempeñar un papel esencial asegurando la promoción de las actividades de prevención y difundiendo informaciones pedagógicas. Imagine un poco el impacto que esto podría tener si cinco millones de trabajadores hicieran *la promesa*», declaró Marcel van Soest, de World AIDS Campaign.

«Las empresas postales, que están presentes por doquier en el mundo y distribuyen informaciones a la mayor parte de los habitantes del planeta, pueden desempeñar un papel esencial asegurando la promoción de las actividades de prevención y difundiendo informaciones pedagógicas. Imagínese un poco el impacto que esto podría tener si cinco millones de trabajadores hicieran «la promesa», declaró Marcel van Soest, de World AIDS Campaign.»

El síndrome de inmunodeficiencia adquirida (sida) ha matado a más de 25 millones de personas desde su descubrimiento en 1981, lo cual la ha convertido en la epidemia más mortal y conocida de la historia. Tres millones cien mil personas murieron en el 2005. El número total de personas que viven con el virus de inmunodeficiencia humana (VIH), estimado en 40,3 millones, es más elevado que nunca. Cerca de cinco millones de nuevos casos de infección fueron registrados en el 2005.

«Ha llegado el momento de admitir que, si queremos realizar el objetivo del milenio para el desarrollo, consistente en haber detenido la propagación del VIH/sida y empezado a invertir la tendencia actual de aquí al 2015, debemos, a cualquier precio, multiplicar esfuerzos. Esta misión es asunto de cada uno de nosotros. En efecto, detener la propagación del sida no es un objetivo como los otros, es una condición indispensable para alcanzar la mayor parte de los otros Objetivos del milenio.» Kofi Annan, Secretario General de la ONU.

El costo de VIH/sida

Además del sufrimiento y las pérdidas en vidas humanas que no pueden ser medidas en términos financieros, el costo del VIH/sida representa una carga financiera considerable para los grandes empleadores. Según la Oficina Internacional de Trabajo (OIT), los costos directos están principalmente ligados al aumento del volumen de las indemnizaciones que las empresas deben abonar a sus empleados, incluidas las prestaciones financieras pagadas a los miembros de sus familias. Los otros costos directos están ligados a la contratación y a la formación de nuevo personal destinado a reemplazar a aquél que ya no puede trabajar. Los costos indirectos resultan de la baja de la productividad, de la pérdida de competencias y de experiencia y de la subida de la tasa de rotación del personal. La fuerte tasa de ausentismo de trabajadores enfermos de sida constituye uno de los costos más elevados para la empresa. Según un estudio realizado por la OIT en el seno del sector privado en Kenia, en Malawi y en Zambia, este costo representaría entre el 25 y el 45% de los gastos totales de las empresas. Conviene igualmente mencionar los costos ligados a las consecuencias de la epidemia sobre el estado de ánimo y la motivación del personal.

La OIT publicó una compilación de directivas prácticas sobre el VIH/sida y el mundo del trabajo. Incluye consejos prácticos para los gobiernos, los empleadores, los trabajadores y otros intervinientes en la elaboración de políticas y programas de envergadura nacional y a nivel de las empresas, para luchar contra la propagación del VIH y atenuar su impacto. La compilación de directivas prácticas de la OIT sobre el VIH/sida y el mundo de trabajo está disponible en 15 idiomas en el sitio Web de la OIT (www.ilo.org/public/english/protection/trav/aids/publ/indexfr.htm). Por otra parte, informaciones sobre la elaboración y la aplicación de políticas relativas al lugar de trabajo pueden obtenerse en la dirección iloaids@ilo.org.

El sida en Africa

Posta Kenya ve las cosas positivamente

Por Juliana Nel

Los colegas de Hellen Atieno Opiyo, mensajera en la oficina principal de correos de Kisumu (Kenya), estiman que ella es portadora de un mensaje de esperanza. Vive con el VIH/sida desde hace quince años. En 1999, durante una consulta en el hospital, su nivel de linfocitos CD4 estaba tan bajo que los médicos no eran muy optimistas en cuanto a sus posibilidades de sobrevivir. Pero esta madre de seis niños, que es también abuela, y que su marido murió del sida, logró pasar esta etapa difícil y retomar su trabajo. Hoy día, los antiretrovirales la ayudan a mantenerse en vida, pero también ella cuenta mucho con la política innovadora instaurada por el correo keniano (Posta Kenya) en beneficio de los empleados que viven con el VIH/sida. «Las jornadas organizadas por mi empleador a favor de los miembros del personal y de sus familias, sobre el tema del VIH/sida, me ayudaron verdaderamente a comprender que el mejor medio de luchar contra los efectos nefastos del sida en el seno de la sociedad no es hacer prueba de abnegación, pero sí de aceptar la verdad», explica la Sra. Opiyo. «Estoy muy agradecida con los dirigentes y los empleados de Posta Kenya, ya que ellos me permiten recibir tratamientos cuando yo caigo enferma y garantizan la educación de mis hijos.»

La Sra. Opiyo es una de las raras pruebas vivientes de los resultados positivos de la lucha contra el VIH/sida. A pesar del aumento de la tasa de transmisión del VIH en el mundo, el Programa común de las Naciones Unidas sobre el VIH/sida (ONUSIDA) y la Organización Mundial de la Salud (OMS), afirman que, según los estudios recientes, la tasa de infección en los adultos ha bajado en ciertos países en el transcurso de los últimos años, especialmente en Kenya, en Zimbabwe y en varios países de la región del Caribe. Los cambios de comportamiento tales como la mayor utilización de los preservativos, la demora en la primera relación sexual y la reducción del número de compañeros sexuales, serían elementos claves de esta evolución.

En Kenya, donde casi 2,5 millones de personas de los 33 millones de habitantes que cuenta el país, están infectados por el VIH/sida, la tasa de infección en los adultos descendió del 10% a finales de los años 90 – su nivel más elevado – al 7% en 2003. Además, las informaciones su-

ministradas por Posta Kenya confirman esta tendencia a la baja, indicando un retroceso sensible en la tasa de mortalidad en sus 4500 empleados postales. En 2002, 46 de entre ellos murieron – en la mayor parte de los casos por los efectos del VIH/sida, contra cuatro en 2005.

Considerando el impacto del VIH/sida sobre la productividad y el ingreso a nivel nacional, el Gobierno de Kenya calificó la pandemia de catástrofe nacional en 1999. También puso en ejecución una política nacional y reforzó las medidas de prevención y gestión del VIH/sida, así como las acciones dirigidas a luchar contra este azote y a atenuar los efectos del mismo. Por otro lado, el Gobierno instauró en el sector público una política en el lugar de trabajo que incluía indicaciones claras de los derechos y responsabilidades de los empleados, y el comportamiento de estos últimos en el lugar de trabajo. «Todos los empleados deben hacer frente a la epidemia del VIH/sida, incluyendo Posta Kenya», precisa Dick Rayori, Director del departamento de asuntos internacionales y de comunicación interna. «Reconocemos que la epidemia crea hoy día graves problemas económicos, sociales y sanitarios, y que sufrimos los efectos de la propagación de la enfermedad entre nuestros empleados.»

La política de Posta Kenya prevé un tratamiento equitativo para los empleados afectados por el VIH/sida, incluido cuanto se refiere a la cobertura médica. Ningún empleado es sometido a un diagnóstico precoz del VIH sin su consentimiento, y aquellos que están infectados por el virus pueden continuar ejerciendo sus funciones mientras estén en estado de trabajar.

Actividades de sensibilización

Desde su creación, en julio de 1999, Posta Kenya realiza actividades que permitieron sensibilizar fuertemente a sus empleados, repartidos en más de 900 oficinas de correos, y modificar su comportamiento. Actualmente, 20 consejeros calificados ofrecen consejos al personal en todas las regiones del país. Además gracias a los 75 educadores encargados de formar a sus colegas, las actividades de sensibilización pueden ser ampliadas a la casi totalidad de los miembros del personal. Además 31 instructores recibieron una formación sobre el VIH/sida y desde el 2001, más de 5000 miembros del personal

siguieron los programas en materia de sensibilización y cambio de comportamiento organizados en forma de proyecciones video y discusiones de grupo. Los grupos de discusión debaten los temas en relación con el VIH/sida, de manera interactiva y tuvieron lugar igualmente reuniones de orientación individuales.

Las actividades del correo keniano no se dirigen únicamente a los miembros de su personal. Las jornadas consagradas a las familias fueron lanzadas en cuatro regiones en 2004, y cerca de 1500 empleados y miembros de sus familias ya participaron en estas manifestaciones. Esta iniciativa será ampliada próximamente a otras regiones.

Cuidados y apoyo

Los empleados infectados por el VIH/sida se benefician al igual que los otros miembros del personal de la cobertura médica de Posta Kenya y son estimulados, así como los miembros de sus familias, a acudir a los centros de orientación y a obtener tratamientos antiretrovirales en los hospitales designados a este efecto. Los empleados infectados por el virus reciben visitas a domicilio y consejos terapéuticos les son suministrados en el lugar de trabajo y en sus hogares.

Además del presupuesto destinado para la cobertura médica, Posta Kenya recibe en promedio un millón de KES (13 000 USD) al año del Consejo nacional de lucha contra el sida, órgano central del Gobierno keniano encargado de coordinar y financiar las actividades en

relación con el VIH/sida. Por otra parte, Posta Kenya colabora estrechamente con otros organismos públicos y privados, entre los cuales se encuentra el Ministerio de la Salud, el servicio para la lucha contra el sida del Ministerio de la Comunicación, los coordinadores de la lucha contra el sida en las provincias y los distritos, la Sociedad keniana de radiodifusión y la Organización nacional para la educación de sus colegas.

Resultados positivos

El correo keniano está convencido de que sus programas tuvieron un impacto positivo en la empresa y las comunidades para las cuales trabaja. Según Dick Rayori, «muchos miembros del personal declararon en ausencia de toda obligación, estar infectados por el VIH/sida, y el ostracismo hacia los empleados afectados por este azote está en neta recesión. Nuestros programas de sensibilización comienzan a dar sus frutos, y hablando con las familias de los empleados durante las jornadas que le son consagradas, se constata una evolución positiva de los comportamientos, especialmente en lo que se refiere a la utilización del preservativo. La reducción del riesgo de transmisión del VIH es responsabilidad de todos, y pasa por la toma de precauciones necesarias en el lugar de trabajo. En resumen, la infección por el VIH es evitable, y los medios de prevenirla son los cambios de comportamiento, la información, el tratamiento y la creación de un entorno no discriminatorio».

Fotos:

Fig. 1. – Hellen Atieno Opiyo, del correo keniano, participa activamente en diversas acciones y campañas de lucha contra el sida, y dirige una organización comunitaria en el seno de la cual las personas afectadas por el VIH/sida aprenden a mantenerse positivas y a ejercer actividades lucrativas para poder alimentar a sus familias.

Fig. 2. – Más de 350 personas participaron en la primera jornada organizada por Posta Kenya, en beneficio de los empleados y sus familias sobre el tema del VIH/sida y del cambio de comportamiento. El sida privó a la empresa de una mano de obra fuertemente cualificada, empobreció a las familias y hace recaer sobre el correo una pesada carga financiera resultante de los gastos ligados a los tratamientos médicos y a los funerales de los empleados, precisó el Postmaster General, Dan K. Ameyo (segundo a partir de la derecha).

Fig. 3. – Posta Kenya utiliza su red para difundir informaciones y material pedagógico sobre el VIH/sida, y pone preservativos a la disposición de sus empleados. Mensajes relativos al VIH/sida son impresos sobre las fichas del salario y utilizados como huellas de franqueo sobre las cartas de los clientes.

El sello al servicio de las víctimas

Por Jérôme Deutschmann

Desde hace muchos años, el sello se convirtió en un formidable instrumento de colecta de fondos revertidos en las obras de beneficencia de las asociaciones de lucha y prevención de enfermedades, en los organismos públicos de defensa o de protección de un grupo de la población.

El Convenio Postal Universal contiene un artículo en ese sentido: «Los sellos postales filantrópicos pueden llevar una mención en cualquier lengua que indique la ocasión en la cual fueron emitidos. Cuando debe pagarse una sobretasa independiente de su valor de franqueo, los sellos deben ser confeccionados de manera que se evite cualquier duda sobre el tema de este valor».

Esos sellos gozan de un estatuto particular y son regidos casi siempre por directivas ministeriales. En Francia, el gobierno autorizó al operador nacional desde 1952 a emitir sellos de correos especiales que impliquen la recaudación de una sobretasa, cuyos ingresos son íntegramente destinados a la Cruz Roja francesa. El Ministerio suizo, por su parte, editó en 1998 una ordenanza que prevé que La Poste Suiza se asocie a dos instituciones, Pro Patria y Pro Juventute, para administrar y destinar los ingresos de los sellos de correos especiales con suplemento de precio a las instituciones culturales, sociales y de ayuda a la juventud o de interés nacional.

El cáncer de mama, una causa nacional

El éxito más grande de la venta de sellos filantrópicos conocido al día de hoy pertenece al USPS. El «semi-postal», bajo su denominación americana, consagrado a la investigación para el cáncer de mama, fue emitido luego de una ley del Congreso americano y de los esfuerzos conjugados de la sociedad civil y grupos de presión. La venta de 678 millones de unidades permitió coleccionar un monto record de 47,9 millones de USD hasta finales de 2005, de los cuales el 70% fueron destinados a las instituciones nacionales de la salud y el 30% al organismo gubernamental americano encargado de la lucha contra el cáncer de mama. «El éxito fue tal, afirma Davis Failor, Director del servicio filatélico en USPS, que una Directiva del Congreso prevé lanzar un programa discrecional filatélico de una duración de diez años».

Un célebre cirujano húngaro que vive en Estados Unidos, entusiasmado por el éxito del sello filantrópico,

allende el Atlántico, propuso emitir un sello en su país de origen y obtuvo la autorización del USPS para utilizar el mismo grafismo para el sello emitido por Magyar Posta. Comprando el sello «cáncer de mama: un don para sanar», los ciudadanos húngaros pudieron así contribuir hasta con 50 florines (0,2 EUR) a una causa nacional». «La venta de sellos conoció un enorme éxito. Este minúsculo pedazo de papel llega a millones de hogares y oficinas y ha permitido recolectar en tres meses 10 000 EUR para el Instituto húngaro de cancerología», afirmó Ildiko Szütz, Vicepresidente de Magyar Posta, en la ceremonia de recolección de la venta de los sellos.

El tsunami y sus víctimas movilizaron igualmente los esfuerzos de numerosos correos. Slovenska Posta es un ejemplo de ello. De esta manera, el correo eslovaco emitió sellos en beneficio de un programa de ayuda de urgencia destinado a los niños víctimas del maremoto, lo cual permitió transferir 20 000 EUR a la UNICEF, copartícipe de la operación. Un copartícipe de confianza y conocido del público en general para este tipo de operación, es normalmente una garantía de éxito para la venta.

Sensibilizado por el sello

Si el cáncer de mama y las catástrofes suscitan un interés particular en Occidente, la prevención del sida ilustra la gran mayoría de los sellos de sensibilización vendidos en Africa y en Asia. Varios gobiernos, de Nigeria a Sudáfrica, pasando por Botswana y Rwanda, manifiestan su apoyo a la lucha contra este azote incitando a los correos a emitir sellos que ostentan la cinta roja u otros símbolos fácilmente reconocibles de la lucha contra la enfermedad. Tanzania, Zimbabwe y Chad pegaron etiquetas a los sellos, que contenían un mensaje de prevención. El Ministerio de la Comunicación de Nepal ordenó que el mensaje «Protéjase a usted y a los demás del VIH/sida» figure en cada envío del régimen interior e internacional durante un periodo de seis meses, y esto para sensibilizar al mayor número de personas.

El azote tomó tales proporciones entre los empleados de ciertos correos, que el sello es más que nunca el vector de comunicación por excelencia en materia de prevención, capaz de alcanzar poblaciones, aún en las regiones más alejadas del planeta.

*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