



Ministerio de Transportes y Comunicaciones  
Dirección General de Servicios Postales



**Día Mundial del Correo**  
9 de Octubre - 2003

***LAS COMUNICACIONES POSTALES:  
SU IMPORTANCIA EN EL DESARROLLO SOCIOECONÓMICO DEL PAÍS***

---

*(Documento de Trabajo)*

Lima, Perú  
2003

## **LAS COMUNICACIONES POSTALES SU IMPORTANCIA EN EL DESARROLLO SOCIOECONÓMICO DEL PAÍS**

---

### **Documento de Trabajo Working Paper**

#### **Abstract**

*This working paper is one of investigations and developments series come carrying out the General Direction of Postal Services, from Viceministerio of Communications, with the objective to strengthen the peruvian postal communications services regulation. Particular, the present document has the purpose to diffuse the importance of the postal communications services development to Peru, in their diverse modality; indeed, the critical factors for its achievement. The development of these services constitutes a means to increase the economic and social efficiency of Peru and trough that to achieve a bigger competitiveness: (i) It's a complementary service to the communications development infrastructure, (ii) it's the hybrid mail base, (iii) it's a complement to the financial system development, (iv) allows the electronic trade potential development, (v) facilitates the communications development in rural and remote areas, (vi) improves the national and international trading (vii) foments the exchange and cultural understanding between Peruvians and the world; among others. Also, this document identified critical factors for its development: (i) the necessity of their on-line computerize, (ii) the subsidiary function of the peruvian State, (iii) the appropriate regulatorio system, (iv) the qualified human resources, etc. Finally, some conclusions and recommendations are exposed.*

#### **Resumen**

*Este documento de trabajo es parte de una serie de investigaciones y desarrollos que vienen realizando la Dirección General de Servicios Postales, del Viceministerio de Comunicaciones, con miras a fortalecer el marco regulatorio de las comunicaciones postales del país; teniendo por finalidad difundir en el país la importancia del desarrollo de las diversas modalidades de servicios de comunicaciones postales, asimismo los factores críticos para su logro. El desarrollo de estos servicios constituye un medio para incrementar la eficiencia económica y social del país, y por ende lograr una mayor competitividad; su importancia radica en que este servicio: (i) es complementario al desarrollo de la infraestructura de comunicaciones del país, (ii) base del desarrollo del correo híbrido, (iii) complemento al desarrollo del sistema financiero del país, (iv) permite el desarrollo potencial del comercio electrónico, (v) facilita el desarrollo de las comunicaciones en áreas rurales y de preferente interés social del país, (vi) dinamizador del comercio interno y externo, (vii) fomenta el intercambio y entendimiento cultural entre nuestra nación y el mundo, entre otros. Asimismo, entre los factores críticos identificados para lograr su exitoso desarrollo están: (i) la necesidad de su tecnificación computarizada, (ii) el rol subsidiario del Estado, (iii) un marco regulatorio adecuado, (iv) los recursos humanos capacitados, entre otros. Finalmente se exponen algunas conclusiones y recomendaciones.*

**Septiembre, 2003**

## LAS COMUNICACIONES POSTALES SU IMPORTANCIA EN EL DESARROLLO SOCIOECONÓMICO DEL PAÍS

### INDICE

	Pag.
I. INTRODUCCIÓN .....	4
II. BREVE DIAGNOSTICO DE LAS COMUNICACIONES POSTALES .....	5
2.1 Marco Legal .....	6
2.2 Infraestructura postal .....	6
2.3 Tráfico postal .....	7
III. IMPORTANCIA DE LAS COMUNICACIONES POSTALES .....	8
3.1 Complementariedad con las Telecomunicaciones .....	10
3.2 El Correo Híbrido .....	11
3.3 El Servicio de Giro Postal (Servicios de pago - Financiero) .....	12
3.4 Desarrollo del Comercio Electrónico .....	14
3.5 Satisfacción de necesidades de comunicaciones de las áreas rurales y de preferente interés social del interior de país .....	15
3.6 Dinamizador del Comercio interno y externo .....	16
3.7 Fomento del intercambio y entendimiento cultural internacional	17
IV. FACTORES CRITICOS PARA EL ÉXITO DE LAS COMUNICACIONES POSTALES EN EL PERÚ .....	19
4.1 Marco regulatorio adecuado y recursos humanos capacitados ..	19
4.2 Tecnificación de la prestación de los servicios de comunicaciones Postales .....	20
4.3 Subsidiariedad del Estado .....	21
V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	22
5.1 Conclusiones .....	22
5.2 Recomendaciones .....	23
ANEXOS .....	25

## LAS COMUNICACIONES POSTALES SU IMPORTANCIA EN EL DESARROLLO SOCIOECONÓMICO DEL PAÍS

---

### I. INTRODUCCIÓN

La industria de las comunicaciones postales en el mundo está en una fase de rápida y significativa transformación, aumentando la competencia, los nuevos clientes y modalidades de servicios, aprovechando los cambios tecnológicos, incorporando y ofreciendo valores añadidos a los productos postales existentes; el mercado postal está contribuyendo al cambio del mundo y en tal sentido, estos tienen que ser significativamente mejorados en el Perú, en orden a encontrar los nuevos retos y tomar ventajas de las oportunidades venideras. Así como en el sector de las telecomunicaciones del país y el mundo, el avance tecnológico, las nuevas leyes, el nuevo marco regulatorio y la reforma institucional han creado la plataforma necesaria para fortalecer el sector e incrementar la participación del sector privado y la competitividad en la provisión y utilización de dichos servicios; se requiere continuar con una serie de reformas para lograr lo mismo en este importante subsector de las comunicaciones postales.

Entre las reformas institucionales que se requieren están la profundización del uso de los mecanismos del mercado, extendiendo la participación de la propiedad privada, asegurando y garantizando adecuadamente los derechos de propiedad<sup>1</sup>, una adecuada regulación estatal asimétrica o selectiva, de ser el caso, dado la gran heterogeneidad de agentes económicos, combinándose con la autorregulación privada, que permite todo marco regulatorio propicio, claro y flexible, en coherencia con la eliminación de distorsiones provenientes de intervenciones estatales<sup>2</sup>. Entre estas se incluyen barreras que impidan la inversión extranjera directa, las trabas burocráticas al desarrollo del sector privado, entre otros, en este importante subsector de comunicaciones<sup>3</sup>. Por ejemplo, sin ningún criterio de eficiencia socioeconómica se vino prohibiendo la participación del operador postal público en licitaciones provenientes de Instituciones Públicas, cuando participan más de dos operadores privados, hecho que la ha perjudicado financieramente.

Cabe señalar que muchos de estos mecanismos requeridos, son compatibles con las Reformas Estructurales de Segunda Generación, e incluso algunos Estados se han visto en la necesidad de privatizar sus sistemas de comunicaciones postales, en tanto que otros han dado en concesión a los Operadores Públicos de sus Administraciones Postales; por lo que en varios países el histórico operador dominante es ahora privado o se encuentra bajo administración privada mediante una concesión.<sup>4</sup>

El desarrollo de las tecnologías de comunicación y la gradual e inevitable masificación del uso del Internet, si bien es cierto constituiría hoy en día una amenaza para los servicios postales que

---

<sup>1</sup> Entre otros, combatiendo por ejemplo la informalidad en el subsector.

<sup>2</sup> Sería muy interesante lograr una solución competitiva consistente con la eliminación simultánea de todas las distorsiones.

<sup>3</sup> Se recomienda seguir reduciendo la participación del Estado para que se pueda concentrar en la provisión de bienes públicos, igualación de oportunidades y la eliminación de la extrema pobreza, no se concibe que un Estado empresario pueda lograr esto.

<sup>4</sup> Los resultados de estas experiencias son dispares y es objeto de este documento analizarlas.

brindan las Administraciones Postales de algunos países miembros de la Unión Postal Universal (UPU), en el marco de sus acuerdos y convenios<sup>5</sup>; en el Perú la situación es diferente dado precisamente el escaso desarrollo de las Telecomunicaciones y la ausencia de conectividad homogénea a lo largo y ancho de todo el país, por lo que se requiere contar con servicios postales de calidad.

Para algunos, y desde una reducida óptica, en los países en desarrollo vendría existiendo una cierta reducción<sup>6</sup> del mercado postal<sup>7</sup>, esto sería más bien lo contrario, pues existe un fortalecimiento y una necesaria tecnificación del mismo; coincidiendo muchos que de manera paralela se producirá un vigoroso desarrollo de los negocios electrónicos alentados por el Internet, esto se refleja en las transferencias de dinero y en las comunicaciones híbridas que vienen notablemente incrementándose.

Así, en países como el nuestro, este desarrollo no es uniforme ni general, el conocido servicio postal tradicional seguirá siendo necesario y a veces una única forma de comunicación en muchos lugares, haciéndolo esencial para la integración de la sociedad y la coordinación del Estado; por lo que éste tiene que ser garantizado bajo los principios de equidad, transparencia, eficacia y calidad.

Esta realidad nos exige, en consecuencia, la prestación de un servicio eficiente y confiable, el presente y futuro de los servicios postales en nuestro país conlleva la necesidad de contar con un mercado postal ordenado y transparente, en el que los roles de cada agente participante<sup>8</sup> estén claramente definidos, asegurándose la prestación de las comunicaciones postales a la medida de las necesidades de la población nacional; en el que la autoridad del Estado en los aspectos regulatorios y de control sea ejercida plenamente para mantener el orden y la transparencia, para fomentar el desarrollo de los servicios y para velar por la satisfacción de los clientes.

Esto también logrando que el Operador Público de los servicios postales, responsable del cumplimiento de los compromisos operativos postales del Estado, derivados de los convenios postales internacionales y de la prestación del Servicio Postal Universal, tenga todas las posibilidades para su desarrollo y modernización tecnológica para el logro de su autofinanciamiento y permanencia sostenida; y en el que se garantice la participación creciente de la inversión privada en todos los ámbitos.

## **II. BREVE DIAGNÓSTICO DE LAS COMUNICACIONES POSTALES**

El breve diagnóstico que presentamos gira en torno al tópico del marco legal vigente, la infraestructura actualmente aplicada a la prestación de estos servicios de comunicación, y algunos datos estadísticos del tráfico postal (o demanda de servicios postales) que nos dan una pauta del desarrollo alcanzado en la materia, y de las posibilidades de su evolución futura; por ello un breve conocimiento de éstos nos ayudará a entender la importancia de su permanencia, perfeccionamiento y modernización.

---

<sup>5</sup> A lo cual se sumaría la dura competencia de los operadores privados nacionales y transnacionales y más aún, la que se desarrolla desde la informalidad

<sup>6</sup> Pero gradual

<sup>7</sup> E incluso existiría un consenso entre los analistas de este servicio;

<sup>8</sup> Operadores, usuarios y Estado.

## 2.1 Marco Legal

### Decreto Legislativo N° 685:

Esta norma se orienta fundamentalmente a dos objetivos, por un lado la liberalización de la prestación del servicio postal, prohibiendo toda forma de monopolio, acaparamiento, prácticas y acuerdos restrictivos en el servicio postal, lo que ha dado lugar al ingreso de más de 450 operadores postales privados al mercado postal nacional; y por otro lado, la creación de la empresa estatal Servicios Postales del Perú Sociedad Anónima , SERPOST S.A., a la que el Estado peruano, le ha otorgado concesión para actuar como el Operador Público Nacional, con la obligación de prestar el servicio postal en todo el país, para el cumplimiento de los acuerdos y convenios internacionales.

En general, el servicio postal se brinda por “concesión” otorgada del Ministerio de Transportes y Comunicaciones –a través e la Dirección General de Servicios Postales- con lo que se concreta la separación de las facultades reguladoras y normativas, de aquellas aplicadas a la operación del servicio postal en el país. Las actividades estrictamente comerciales y operativas del servicio son desempeñadas por el Operador Público (SERPOST S.A.), quien está sujeto, al igual que los demás operadores privados, a las acciones de supervisión y control de la Dirección General de Servicios Postales.

### D.S. N° 032-93-TCC: Reglamento de Servicios y Concesiones Postales:

Norma reglamentaria relacionada con la iniciación del proceso de eliminación de prácticas monopólicas, controlistas y restrictivas de la libre competencia, en la prestación del servicio postal; específicamente referida al otorgamiento de las concesiones postales y las relaciones de los operadores postales privados y la autoridad administrativa.

### Ley N° 27987: Ley que faculta al Ministerio de Transportes y Comunicaciones a ejercer la potestad sancionadora en el ámbito de los Servicios Postales:

Esta Ley, recientemente promulgada, faculta al Ministerio de Transportes y Comunicaciones a ejercer la potestad sancionadora en el ámbito de los servicios postales, como tal establece el régimen de infracciones y sanciones administrativas en materia postal, de cuya aplicación son pasibles todos los operadores postales que desarrollan su actividad en el mercado, incluido el operador público SERPOST S.A.

### Decreto Supremo N° 046-2003-MTC: Reglamento de la Ley N° 27987:

Norma reglamentaria que establece los procedimientos para el desarrollo de la facultad sancionadora concedida al MTC, se detallan los alcances de esta facultad en cuanto a la supervisión y control de las operaciones postales, la aplicación del régimen sancionador y pautas tendientes a facilitar los pagos de las multas aplicadas.

## 2.2 Infraestructura Postal

### Operador Público:

Actualmente el Operador Público de nuestra Administración Postal, Servicios Postales del Perú S.A. – SERPOST S.A., cuenta en todo el país con 172 puntos de atención propios, en tanto que los prestados a través de terceros son de 1,449; es decir los Puntos de Atención SERPOST S.A. en el país ascienden a 1,621. Los cuales se dividen en Puntos de Atención Social y Comercial; 1,016 y 605, respectivamente. Ver Cuadros Anexos N° 1 y 2.

Estos puntos no están distribuidos de forma homogénea entre los departamentos y distritos del país, por ejemplo, en el Dpto. de Lima la concentración es de un poco más de 38% de los puntos de atención de SERPOST S.A., asimismo, en las provincias capitales de los departamentos, y en los distritos capitales se encuentra la mayor concentración; siendo dificultoso abastecer las más de 60 mil localidades existentes, a la fecha, en todo el país.

### Operadores Privados.-

Actualmente los concesionarios postales privados, al mes de julio del presente año , alcanzan los 469, los cuales por el ámbito de concesión se clasifican en: a) **Local**, que comprende el área geográfica de una provincia, salvo el caso de Lima y Callao que constituyen una sola unidad postal; b) **Regional (o Departamental)**, que comprende el área geográfica de una región; c) **Nacional**, que corresponde al área geográfica de todo el país; y d) **Internacional**, comprende la facultad de remitir y recibir, al y del exterior, respectivamente, envíos postales, desde y hacia cualquier área geográfica del país.

#### CONCESIONES POSTALES (Ene.94 – Jul.2003)

AMBITO DE CONCESIÓN	CONCESIONES	
	CANTIDAD	(%)
LOCAL (LIMA-CALLAO)	94	20,04
LOCAL (PROVINCIAL)	26	5,54
REGIONAL (DEPARTAMENTAL)	45	9,59
NACIONAL	198	42,22
INTERNACIONAL	106	22,60
<b>TOTAL</b>	<b>469</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Dirección de Normas y Supervisión Postal

En tanto que los puntos de atención de estos operadores privados en todo el país, al primer semestre del presente año son 1,596; de los cuales el 34,4% se encuentra concentrado en Lima. Asimismo, por estadísticas existentes en la Dirección General de Servicios Postales, la distribución en los distritos del país es muy heterogénea; no cubriéndose una parte sustancial de los centros poblados del país.

### 2.3 Tráfico Postal

Los últimos datos oficiales que se tienen en cuanto al tráfico postal, según la Encuesta Nacional de Operadores del Servicio Postal correspondientes al año 2001<sup>9</sup>, muestran que en el indicado año el movimiento del tráfico postal alcanzó los **117' 831,253** piezas postales<sup>10</sup>, de éstas **108' 262,727 (91.88%)** fueron nacidas o admitidas en nuestro país, y **9'568,526 (8.12%)** provinieron del exterior. De igual forma, en cuanto a la correspondencia nacida en el país, el **95.67% (103' 579,450)** pertenecen a envíos que circulan en el país y sólo el **4.33% (4' 683,277)** tienen un destino fuera de nuestras fronteras; cabe resaltar que en el año 2001 se recibió del exterior más del doble de la correspondencia que se remitió.

Asimismo, un dato importante es que el **65.3%** de toda la correspondencia tratada (nacida y llegada) es ordinaria, en tanto que el **34.7%** lo es certificada; y resulta muy significativo que el **91.70%** de la correspondencia nacida en el país fue admitida en la provincia de Lima, y sólo el **8.30%** en el resto del país; y como datos que nos dan una idea de la difusión del servicio postal en el interior del país se puede destacar que de la correspondencia nacida, correspondió el **0.0705%** a Ancash, **0.0210%** a Apurímac, **0.0566%** a Cajamarca, **0.0099%** a Huancavelica, **0.0096%** a Huanuco<sup>11</sup>.

En cuanto a las partes del mercado atendido por el Operador Público, como por los operadores privados de los servicios de comunicaciones postales, se tienen los siguientes cuadros<sup>12</sup>:

Mercado de envíos de correspondencia	Operador Público	Operadores Privados	Total
Servicio nacional	12.40%	87.60%	100%
Servicio internacional expedición	86.80%	13.20%	100%
Mercado total	14.40%	85.60%	100%

Mercado de encomiendas postales	Operador Público	Operadores Privados	Total
Servicio nacional	0.60%	99.40%	100%
Servicio internacional expedición	23.05%	76.95%	100%
Mercado total	1.30%	98.70%	100%

Fuente: Encuesta Nacional de Operadores del Servicio Postal

<sup>9</sup> En la actualidad el Sector, a través de la Dirección General de Servicios Postales y en coordinación con el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), desarrolla la denominada Encuesta Nacional de Operadores del Servicio Postal, cuyos resultados se traducen en el documento que emite la Oficina General de Planificación y Presupuesto del MTC denominado Estadísticas de Operadores del Servicio Postal, cuya última edición corresponde a los resultados del año 2001.

<sup>10</sup> Envíos de correspondencia, pequeños paquetes y encomiendas postales.

<sup>11</sup> Como en otros aspectos, esto es una muestra adicional del centralismo existente en el país

<sup>12</sup> Datos de la Consulta a los órganos reguladores de la actividad postal – Estadística de los servicios postales 2002, Of. UPU: 0426 (DER.PEP) 1456

### III. LA IMPORTANCIA DE LAS COMUNICACIONES POSTALES

Dado el gran desarrollo de las telecomunicaciones en los últimos años, lo que a primera vista para muchos significaría una pérdida gradual del mercado de las comunicaciones postales, veremos que esto en verdad no es una generalidad observada en el mundo. Pues este mismo desarrollo tecnológico implica nuevos retos y campos de acción para las comunicaciones postales, así como su complementariedad con las telecomunicaciones, esta realidad se grafica de manera muy clara en los países desarrollados y en muchos en vías de desarrollo, en los campos del e-bussines, e-goverment, correo híbrido, transferencia de valores, giros postales, la publicidad directa, el negocio de la paquetería y encomiendas, el comercio filatélico, etc., posibilidades de desarrollo del negocio postal que no están ajenas a nuestra realidad; de manera que las comunicaciones postales renuevan su importancia y vigencia.

Por otro lado, en muchos países como el nuestro, la importancia de estos servicios radica también, entre otros aspectos, en el hecho que en algunas áreas geográficas tales como las rurales, fronterizas y alejadas de las ciudades, resultan siendo incluso su única conexión con el mundo externo, con aquel familiar querido que salió de su lugar natal en busca de un mejor porvenir, con el consumidor final de la producción de aquel campesino que sólo conoce su parcela pero sabe que son otros los que se benefician de sus cosechas. Asimismo, y como complementariedad de las telecomunicaciones, las comunicaciones postales son la plataforma que facilitará el futuro desarrollo del aún incipiente servicio de comercio electrónico, al ser éste último un valor agregado del servicio postal.

En general el desarrollo de los servicios de comunicaciones postales se considera una condición necesaria para el desarrollo socioeconómico del país en los diversos sectores, es un factor crítico en el desarrollo social y en la reducción de la pobreza y extrema pobreza del país, las mismas que afines del año 2002 alcanzaron el 54,8% y 24,4%, de la población nacional, respectivamente. Cabe resaltar que los departamentos y provincias más pobres del país, se encuentran correlacionadas negativamente con la infraestructura financiera y de telecomunicaciones del país.

Por otro lado en el Perú, dado su incipiente desarrollo, es una industria potencial que puede ayudar a reducir la brecha digital existente, su red alcanza diversas partes del país y son frecuentemente la forma de comunicación universalmente más disponible y económica, o de menores costos. Debe tenerse en cuenta que al haber superado una etapa de grave presencia y accionar de grupos subversivos, cuyos remanentes aún actúan en determinados lugares apartados del país, la integración de los pueblos rurales y los más alejados del país, vía las comunicaciones postales es una alternativa valedera para consolidar la presencia del Estado e integrar activamente a estos pueblos y localidades a la vida económica, social y política del país.

El Banco Mundial, al igual que otros organismos internacionales no relacionados directamente con el desarrollo de las comunicaciones postales, reconocen que este sector de las comunicaciones es una parte crítica de la infraestructura de información y comunicaciones de un país y que posee un rol importante en la nueva economía. Sobre todo, los países en vías de desarrollo necesitan un sistema postal de elevada calidad, con servicios capaces de proveer comunicaciones e información como un servicio logístico básico a precios accesibles, en muchos casos son la única forma de comunicarse con el mundo externo para los negocios y familias. Por su parte, los negocios, en sus diversas modalidades, necesitan de servicios postales para lograr

que sus producciones lleguen a los consumidores finales<sup>13</sup>, asimismo, ayudan a unir gente, integrar a la sociedad, acercar al Estado a la población, intercambiar culturas, entre otros<sup>14</sup>.

Entre algunos de los aspectos en los que la importancia de los servicios de comunicaciones postales se evidencia, tenemos los siguientes casos específicos:

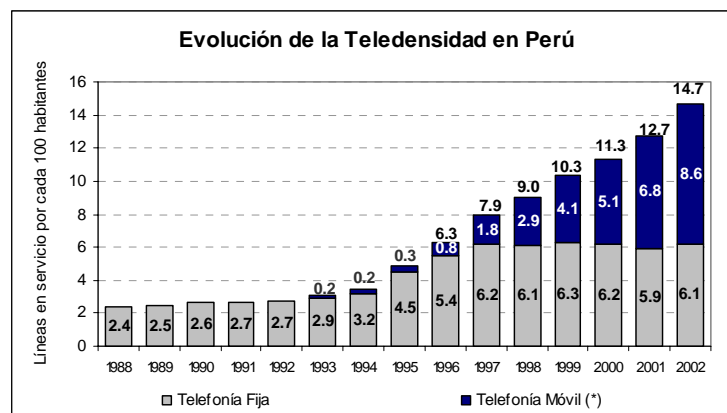
### 3.1. Complementariedad con las Telecomunicaciones

No obstante el desarrollo de la infraestructura de telecomunicaciones del país en los últimos años, ver Gráfico N° 1, éstas siguen siendo incipientes con relación a países industrializados, e incluso con un menor número de líneas telefónicas por cada 100 personas (penetración telefónica) en la región latinoamericana; asimismo, al interior del país<sup>15</sup> existe una disparidad de infraestructura, ver cuadro Anexo N° 1. Ante esto, existe la posibilidad de desarrollar servicios de comunicaciones alternativos, los mismos que a simple vista podrían parecer hasta sustitutos, refiriéndonos a los servicios postales.

Los servicios de comunicaciones postales, en sus diversas modalidades, tales como envíos de cartas, encomiendas, giros, entre otros, no son precisamente servicios sustitutos ni sustituibles en el Perú, sino más bien<sup>16</sup> un complemento de las telecomunicaciones, pues la demanda de ambos servicios han crecido en los últimos años, asimismo, desarrollos tecnológicos actuales como el correo híbrido y el comercio electrónico, y experiencias como la brasileña<sup>17</sup> demuestran que se trata de servicios complementarios.

Sin embargo, dado los elevados costos hundidos que implican las telecomunicaciones<sup>18</sup>, se requiere satisfacer las necesidades de comunicaciones del interior del país con servicios alternativos como los de comunicaciones postales en sus diversas modalidades, los mismos que en la práctica carecen de costos hundidos.

**Gráfico N° 1**



<sup>13</sup> Se encuentra intrínsecamente relacionado con las fases de distribución del proceso productivo de una economía.

<sup>14</sup> [www.worldbank.org](http://www.worldbank.org)

<sup>15</sup> Por departamento y distrito.

<sup>16</sup> Sobre todos se observa que en el Perú

<sup>17</sup> Vienen instalando terminales gratuitos de Internet en los Puntos de Atención Postal, "alfabetización digital".

<sup>18</sup> Constituyendo una barrera natural a la competencia

(\*) Incluye líneas de telefonía móvil celular, PCS y troncalizado digital.<sup>19</sup>

En tal sentido, la actual infraestructura de telecomunicaciones estaría siendo incapaz de comunicar adecuadamente los pueblos más alejados y fronterizos, las poblaciones de menores recursos económicos, las áreas rurales y hasta los más hermosos centros turísticos del interior del país; debiendo el Estado promover el desarrollo de servicios complementarios, sobre todo en áreas rurales y alejadas del país, como parte de su rol subsidiario.

Por el lado de la demanda, cabe señalar que los hogares de las diversas regiones del país son muy heterogéneos, esta disparidad grafica la importancia de desarrollar servicios de comunicaciones complementarias a las telecomunicaciones, así por ejemplo, del total de hogares con acceso a telefonía, la mayor concentración en las diversas modalidades<sup>20</sup>, se encuentra en Lima Metropolitana, asimismo en la Región de la costa (Ver cuadro anexo N° 2); en tanto que en la región sierra y selva los hogares que demandan servicios de telecomunicaciones son menores.

Por su parte, entre los años 1998 y 2001, la cantidad de los hogares que demandaron telefonía fija, en las diversas regiones del país, ha caído, por lo tanto, se esperaría cierta cabida para medios de comunicaciones alternativos<sup>21</sup>. Si observamos los indicadores de demanda de telefonía celular y la telefonía de acceso público, veremos que la cantidad de hogares que cuentan, o han hecho uso de estos servicios, ha aumentado en las diversas regiones del país<sup>22</sup>. (Cuadros anexos N°: 1 y 2)

### 3.2.- El Correo Híbrido<sup>23</sup>

La combinación y complementariedad de las “comunicaciones postales” y las “telecomunicaciones” han dado origen a lo que se conoce con el nombre de “Correo híbrido”, aquellas comunicaciones postales que tienen como infraestructura los medios de telecomunicaciones, se gestiona el envío y la recepción de correspondencias en sus diversas modalidades empleando el correo electrónico y el físico. Desde mediados de los años 80s los países europeos vienen desarrollando estos procesos de comunicaciones, a excepción de España que incursionó en dicho segmento de comunicaciones con cierto retardo a fines de los 90s; en tanto que en Perú no existe a la fecha un sistema ni un marco legal-regulatorio que posibilite su normal desarrollo.

Este tipo de comunicaciones híbridas, al margen de comunicar las urbes del país, puede servir para satisfacer la necesidades de comunicaciones de los centros poblados de ruda geografía, aquellos limítrofes de los poblados que poseen servicios de telecomunicaciones, los pueblos fronterizos; ayudando incluso a mejorar la rentabilidad social de los proyectos de telecomunicaciones puesto que dado la existencia de elevados costos hundidos que poseen las telecomunicaciones, se puede instalar infraestructura en centros poblados que menores costos hundidos represente, luego la comunicación se garantizaría a los pueblos alejados a través de servicios postales. Asimismo, a través de esta modalidad de comunicaciones se satisface las

<sup>19</sup> Lineamientos de políticas para promover un mayor acceso a los servicios de telecomunicaciones en áreas rurales y lugares de preferente interés social, tomado de.

<sup>20</sup> Telefonía fija, celular y público.

<sup>21</sup> Por ejemplo uno de ellos ha sido la “telefonía celular”, sustituto cercano de la telefonía fija.

<sup>22</sup> Nuevamente esto no es muestra precisamente que las telecomunicaciones móviles esté desplazando a los servicios comunicacionales postales, pues lo relevante son los minutos demandados del servicio móvil.

<sup>23</sup> Traducción literal del inglés.

necesidades de comunicación de las personas que no tienen acceso a computadoras y que están imposibilitadas de las comunicaciones electrónicas.

Esto llevaría a que los proyectos de inversión social en telecomunicaciones que actualmente desarrolla de forma subsidiaria el Fondo de Inversión en Telecomunicaciones (FITEL) incluya como servicios complementarios los de comunicaciones postales, pudiendo incrementar su rentabilidad social<sup>24</sup>. Existen diversas formas de correo híbrido<sup>25</sup>, así por ejemplo, dado que los bancos, las compañías eléctricas, telefónicas, realizan millones de envíos postales al año a diferentes partes de un país, los servicios híbridos permitirían que a través de comunicaciones electrónicas se hagan llegar a determinados centros de impresión postales, en las diferentes partes del Perú, la documentación de las compañías para que una vez que sean impresos y acondicionados<sup>26</sup>, se transporten, distribuyan y entreguen a través de medios de comunicaciones postales convencionales.

En otros casos se permitiría que los usuarios depositen sus cartas de forma electrónica a una página web de Internet, generalmente del operador postal que oferta el servicio de correo híbrido, dichas cartas luego de ser impresas, plegadas y ensobradas, serían distribuidas por métodos tradicionales a destinatarios nacionales o internacionales, e incluso el pago de este servicio se puede realizar por medio de tarjetas de crédito. Una de las carencias reales en nuestro país es la falta de canales adecuados de comunicación entre el Estado o autoridad de gobierno<sup>27</sup> con los poblados de zonas rurales, de frontera o de preferente interés social; y en este caso la modalidad del correo híbrido posibilita este acercamiento con la población, lo que tiene un rédito político significativo y socialmente contribuye a la integración de la sociedad y fortalecimiento de la identidad nacional.

### 3.3.- El Servicio de Giro Postal (Servicios de pago - Financiero)

Estos servicios diferencian a un país en vías de desarrollo, del mundo desarrollado, mientras que este último acrecienta sus indicadores de penetración bancaria, colocaciones, oficinas, cajeros automáticos, entre otros, en los demás se mantienen rezagados; asimismo, en nuestro país, la infraestructura financiera varía ampliamente de región a región. Dada esta problemática, en algunos lugares del país en donde la infraestructura financiera sea insuficiente o no exista, el servicio postal en la modalidad bancaria puede sustituir al servicio bancario básico, apoyando el desarrollo económico a través de servicios de pagos <sup>28</sup> o sirviendo como una modalidad de pagos, creando las condiciones importantes para las futuras soluciones del negocio bancario electrónico, micro créditos, entre otros.

Una breve revisión de la infraestructura bancaria nacional nos dice que las oficinas de atención al público provenientes de los diferentes Bancos alcanzan las 1,166, de las cuales sólo 823 oficinas son de bancos privados, en tanto que las oficinas de atención al público del Banco de la Nación ascienden a 343 a nivel nacional; definitivamente que todas son muy pocas para cubrir la demanda de más de 6,200 distritos del país, y mucho más los 58,000 centros poblados

<sup>24</sup> Debe recordarse que el Valor Actual Neto (VAN) de los proyectos de bienes y/o servicios complementarios como un todo, es superior a la suma de los Valores Actuales Netos de los proyectos de inversión por separado:

<sup>25</sup> Los destinatarios pueden ser nacionales o internacionales, los interesados podrían realizar el seguimiento de sus correspondencias vía Internet.

<sup>26</sup> Ensobrados y rotulados

<sup>27</sup> Gobierno Central, Gobiernos Regionales, Gobiernos Locales

<sup>28</sup> Giros postales, transferencias electrónicas

existentes. A esto debe sumarse el histórico problema del centralismo por el cual se ve una concentración de estas en Lima, aproximadamente el 55% de las mismas se encuentran en Lima, 592, proveniente de la banca privada, 45 del Banco de la Nación.

Con respecto a los cajeros bancarios automáticos que facilitan el retiro de dinero (circulante) a los clientes bancarios<sup>29</sup> en todo el país, los pertenecientes a la banca privada ascienden a 1,085, de los cuales más del 70% se encuentran concentrados en Lima; los pertenecientes al Banco de la Nación son 182, de los cuales 89 se encuentran ubicados en Lima, 85 en Lima Metropolitana y 4 en las provincias de Lima: Huacho, Huaral, Cañete y Barranca - existe un Cajero Bancario en cada una de ellas; en tanto que sólo 77 al interior de todo el país. En tal sentido, cabe un espacio para el desarrollo de los servicios postales bancarios en las modalidades de servicios de pago (giros postales, transferencias) como complementariedad al reducido desarrollo de la red de cajeros automáticos al interior del país.

A lo anterior cabe añadir que en la medida que el sistema financiero sea volátil, expuesto no sólo a la coyuntura internacional, sino también a vaivenes políticos internos, a medidas económicas expansivas o con fines recaudatorios, como lo son los impuestos a las transacciones financieras<sup>30</sup> que desincentivan el desarrollo de dicho mercado, posibilitando incluso la informalidad en algunos sectores productivos, reduciéndose el nivel de intermediación financiera, la competitividad de las empresas, elevando los costos de las empresas, haciendo más atractiva la banca extranjera<sup>31</sup>, entre otros; en tanto ello se da en nuestra realidad económica, le queda definitivamente un espacio al servicio postal financiero, como estimamos que lo tiene en el Perú.

De los cuadros anexos N° 1 y N° 4, podemos ver que no obstante las diversas actividades económicas productivas en que se desenvuelven los departamentos y localidades al interior del país, dado su participación en el Producto Bruto Interno, la demanda insatisfecha sin acceso al sistema bancario es elevada. Es decir, como en muchos otros aspectos, existe un notado centralismo en el acceso al sistema bancario en el Perú, concentrando el 32.05% de la intermediación y el 40.08% de la bancarización en el departamento de Lima. Definitivamente que esto demuestra que existe un espacio para el desarrollo de las modalidades del *servicio postal bancario* en el país, que puede ser impulsado desde el Subsector Comunicaciones, mediante políticas adecuadas, con miras a contribuir a mejorar la eficiencia económica y social del país, fundamentalmente en zonas no atendidas debidamente en la actualidad.

Sobre todo cabe señalar que existe una correlación entre el grado de desarrollo socioeconómico y la infraestructura financiera al interior del país, por departamento; en tal sentido dada la poca rentabilidad privada, pero alta rentabilidad social, existiría la posibilidad de que el Estado peruano actúe subsidiariamente a través de incentivar la implementación de servicios bancarios sustitutos como es el desarrollo de los servicios postales bancarios<sup>32</sup>; por ejemplo a través del Operador Público (SERPOST S.A.)<sup>33</sup> o de incentivos a los operadores postales privados. Asimismo, dado que tenemos una penetración financiera y bancaria demasiado pobre, una de las más bajas en Latinoamérica, ver cuadro anexo N° 3 y gráfico anexo N° 5; el desarrollo del sistema bancario es uno de los mecanismos de superación de la pobreza.

<sup>29</sup> E incluso no sólo en moneda nacional, sino también en moneda extranjera, dólares norteamericanos.

<sup>30</sup> Impuestos no vigentes en el país.

<sup>31</sup> Instituto Peruano de Economía. Comentario Diario, 12, 08,2003.

<sup>32</sup> Fundamentalmente aquellos referidos a los servicios de pago (giros postales, transferencias)

<sup>33</sup> En el marco de las Actas de la Unión Postal Universal, Perú es suscriptor del Acuerdo relativo a los Servicios de Pago del Correo.

La utilización de los servicios postales bancarios en una amplia perspectiva alcanzan también la prestación de los servicios de pago (giros postales, transferencias de valores), asociadas a operaciones comerciales o incluso al pago de los sistemas previsionales. Pues en países desarrollados los pagos de pensiones y/o subsidios diversos se efectúan a través del servicio postal, así como el cobro de derechos, contribuciones y tributos al Estado en aquellas zonas donde las oficinas recaudadoras o pagadoras no llegan.

En tal sentido, y en vista que el sistema postal envuelve transacciones de carácter financiero, se requiere darle la seguridad necesaria en sus diversas fases, sobre todo en un país como el nuestro con elevadas tasas de delincuencias y criminalidades, estando desde luego esta forma de comunicación postal expuestas a serios riesgos.

### 3.4.- Desarrollo del Comercio Electrónico<sup>34</sup>:

La red completa de servicios de comunicaciones postales (básicamente de admisión, transporte, distribución y entrega) puede ser utilizada para un amplio rango de servicios de valor agregado postal, especialmente proveyendo funciones que faciliten el comercio electrónico. Un sistema postal moderno puede ayudar a proveer soluciones logísticas integrando flujo de datos, bienes y servicios financieros<sup>35</sup>.

En el comercio electrónico existe una cadena en tres fases:

- i) Acceso a Internet: terminales públicos, correspondencias directas, direcciones mgmt, correo híbrido.
- ii) Manejo de bienes (envío – recepción): Almacenamiento, transporte o traslado, distribución y entrega (parte del servicio postal).
- iii) Realización de pagos: Recolección y Transferencias, micropagos (puede darse a través del servicio postal).

El comercio alentado por el Internet, en pleno desarrollo hoy en día, requiere de socios postales eficientes y confiables, el crecimiento de este rubro exige cada vez más de una plataforma mayor y fiable de distribución a nivel nacional, en este punto la red postal está en ventaja frente a otras alternativas, a ello se deberá sumar la mejora de la calidad y accesibilidad, traducidas en la mayor cobertura territorial y eficacia en la distribución; todo ello producto de una gestión estrictamente técnica de las operaciones postales, y de un necesario proceso de modernización y tecnificación<sup>36</sup>. La red postal a cargo del operador público es la que se encuentra, por cobertura, en mejores condiciones para afrontar este reto, sin embargo deberá optimizarse el desarrollo de los procesos básicos del servicio postal (admisión, transporte y entrega), los que deberán de funcionar en condiciones de calidad acordes con estándares internacionales y estar en condiciones de asumir, con similar calidad, el manejo de grandes volúmenes; esta red deberá desarrollar un proceso de modernización gradual y acorde a los reales requerimientos internos, de manera que se constituya en la plataforma de distribución nacional de mayor cobertura y

---

<sup>34</sup> E-business

<sup>35</sup> Punto 3.3. del presente.

<sup>36</sup> La Declaración de Madrid, producto de la III Reunión de Ministros de Tutela del Sector Postal de la UPAEP, estableció en la decisión 1e), su compromiso de apoyo a la introducción, en el proceso postal, de tecnologías que permitan a los correos insertarse eficazmente en las actividades del comercio electrónico; compromiso asumido por el Estado peruano.

calidad de servicio que la convierta en el socio confiable para el desarrollo del comercio electrónico en el país.

La nueva economía peruana que se construye necesita de una industria postal eficiente y el futuro tiene que ver con las soluciones integradas de manejo de flujos de bienes físicos (mercaderías – a través del servicio postal), información (a través de las Tecnologías de Información y Comunicaciones - TICs) y dinero (Sistema Financiero Moderno).

Por otro lado, dado que la verdadera sociedad de la información que persigue el Estado peruano se refleja entre otras, en el desarrollo del comercio electrónico, es importante en el Perú antes de esto, el fortalecimiento de los Servicios de Comunicaciones Postales, en sus diversas modalidades, con un marco regulatorio adecuado y creíble, de manera que ésta se constituya en la plataforma logística que posibilite un desarrollo sostenido de este rubro.

### **3.5.- Satisfacción de necesidades de comunicaciones de las áreas rurales y de preferente interés social del interior de país**

Dado los elevados costos hundidos que requieren las instalaciones de infraestructura para la prestación de los servicios de telecomunicaciones en zonas rurales, poco accesibles y más pobres del país, que demandan un costo de instalación bastante elevado, debido al uso de satélites, paneles solares, antenas de reproducción, tendidos de cobre, entre otros; la ampliación de la infraestructura de comunicaciones del país puede hacerse con mayor facilidad, y a menores costos, a través de la ampliación de la red de comunicaciones postales, proveniente del operador público, SERPOST S.A., o de los operadores privados, desempeñando en este caso el Estado su rol subsidiario cada vez que sea necesario<sup>37</sup>.

Esta forma de comunicación puede emplearse en especial para mantener comunicados los centros poblados históricamente marginados del país, ya sea por problemas del centralismo, de la ruda geografía, entre otros, y que incluso pasan actualmente por problemas socioeconómicos y políticos<sup>38</sup>. Desde luego que esto ya se viene haciendo de alguna medida no solo a través del operador postal público, sino también a través de operadores privados. Según información proporcionada por el primero, los puntos de atención con los que cuenta al interior del país, propios<sup>39</sup> y provenientes de terceros, asciende a 1612, a fines del primer semestre, los mismos que no logran cubrir los diferentes centros poblados del país<sup>40</sup>. Asimismo, existe en la Dirección General de Servicios Postales del MTC, un Registro de 1,596 puntos de atención pertenecientes a los operadores privados. Al respecto véase cuadros anexos N°s 1 y 3. Esta red es aun insatisfactoria para cubrir el territorio nacional, además de ser precaria en su capacidad de manejar grandes volúmenes de envíos de correspondencia o bienes.

Por su parte, el establecimiento del Servicio Postal Universal en el país, conforme a los compromisos internacionales adquiridos<sup>41</sup>, demandará en su momento el establecimiento de normas de calidad aplicables a la prestación de este servicio<sup>42</sup>, entre los que se encontrarán los

<sup>37</sup> Se esperaría la creación de un Fondo de Promoción de las Inversiones en Comunicaciones Postales.

<sup>38</sup> Por ejemplo, el terrorismo, narcotráfico, pobreza extrema.

<sup>39</sup> Que son atendidos por la personal de dicha empresa.

<sup>40</sup> Además muchos de los puntos de atención están concentrados mayormente en las ciudades, por ejemplo, en Puno SERPOST S.A. posee 113 puntos de atención de terceros, de los cuales 36 están en la ciudad de Puno y 7 en Juliaca.

<sup>41</sup> Convenio Postal Universal – Resolución C 103/1999: Estrategia Postal de Beijing, XXII Congreso de UPU – Declaración de Madrid: III Reunión de Ministros de Tutela del Sector Postal de la UPAEP 2002.

<sup>42</sup> Resolución C 18/1999: Normas en materia de calidad de servicio aplicables al Servicio Postal Universal.

temas referentes al acceso (accesibilidad) que se traducirán en metas e indicadores de cobertura geográfica, de servicios y frecuencias. Esto con la finalidad que de manera gradual y planificada la red postal vaya extendiéndose a las zonas rurales o de preferente interés social, lográndose integrar aquellas zonas históricamente al margen de la modernidad y el desarrollo, convirtiéndose así, el servicio de comunicaciones postales, en el instrumento integrador y promotor de desarrollo que le corresponde.

### 3.6.- Dinamizador del Comercio interno y externo

En un país como el nuestro, preocupado por incrementar los volúmenes de comercio exterior, en especial los de exportaciones, para gozar de los beneficios de dicha expansión, el subsector de comunicaciones postales constituye un factor clave para fortalecer dichas políticas comerciales, pues puede satisfacer paulatinamente y en gran magnitud las necesidades del desarrollo del mercado de distribución y circulación de mercancías e insumos, de utilización final e intermedio, respectivamente; interna y externamente. Por ejemplo, en China se ha establecido una red de información comprensiva exclusivamente para las operaciones postales; así, el sector postal de China no sólo tiene la red de servicios de giros bancarios y depósitos postales con funciones completas, sino también ha firmado cartas de intención de cooperación con empresas industriales y de comercialización de gran renombre dentro y en el extranjero.

Una experiencia mucho más cercana es la desarrollada por Brasil con la implantación de un sistema de exportaciones a través de envíos postales, especialmente diseñado para los pequeños exportadores en donde las autoridades aduaneras, del comercio exterior y postales han sumado sus aportes y esfuerzos para este fin; dichas exportaciones están exentas de todo burocratismo, sujetas a límites de valores (USD 10,000), peso; y de prohibiciones propias de la exportación de sustancias peligrosas o bienes prohibidos. Desde el año 1999 en el que entró en vigencia este sistema de exportación, el crecimiento de los valores exportados ha mantenido un sostenido incremento, de más de 12 millones de dólares para el año 2000, a una previsión de 60 millones para este año<sup>43</sup>.

Siendo así, en nuestro país existe también la posibilidad de implementar un sistema de exportación de bienes a través de los servicios postales, en tal sentido, el crecimiento de las exportaciones no sólo debe garantizarse con la firma de nuevos convenios y tratados comerciales internacionales, como los que actualmente vienen firmando el Estado peruano<sup>44</sup>, sino también con la modernización y fortalecimiento de los servicios de comunicaciones postales que brindan todos los operadores postales<sup>45</sup>, a lo largo y ancho del país. Es de consenso entre especialistas que países con mercados internos reducidos, como el peruano, requieren de una activa participación en el comercio internacional para poder producir en la escala de planta que les permita minimizar costos, para hacer sus productos más competitivos en los mercados internos e internacionales, mantener sostenidamente sus tasas de crecimiento, generando mayores puestos de trabajo, entre otros beneficios.

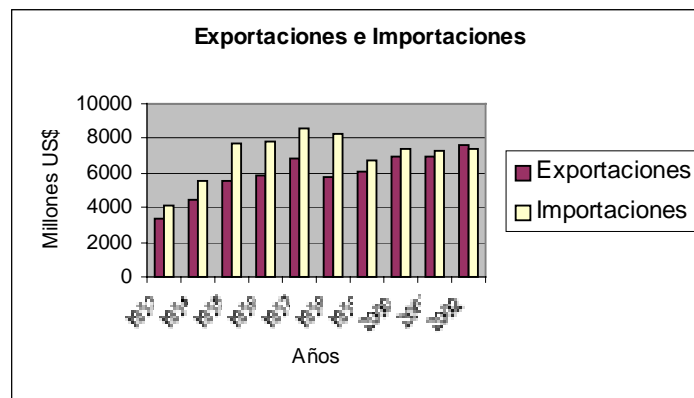
<sup>43</sup> Al respecto en nuestro país la Asociación de Exportadores ADEX, ha propuesto al Poder Ejecutivo como una de las medidas que permitirá duplicar las exportaciones en el año 2006, la eliminación del Impuesto General a las Ventas, IGV, a las exportaciones vía courier (exportación vía remesa postal) para promover la micro exportación.

<sup>44</sup> Por ejemplo, recientemente, el 25 de agosto de 2003, el Perú se ha insertado al Mercado Común del Sur (MERCOSUR). El Tratado de Libre Comercio permitirá a nuestro país acceder a los mercados de Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay, miembros plenos del MERCOSUR, que agrupa a unos 236 millones de habitantes.

<sup>45</sup> Para lo cual todos ellos requieren contar con un permiso especial, o concesión, otorgado por nuestro Ministerio de Transportes y Comunicaciones.

El diseño e implementación de un sistema de esta naturaleza exige una acción coordinada entre las autoridades aduaneras, de comercio exterior, regulación postal, operadores postales y los propios exportadores; de manera que se establezcan con precisión los aspectos normativos y de esa forma se posibilite el incremento de nuestras exportaciones, sobre todo de las no tradicionales. Esta posibilidad exige, para el caso de la red postal que opera en nuestro país, especialmente aquella que corresponde al operador público de nuestra Administración postal; su debida preparación, para convertirse en la plataforma logística que dinamice esta actividad, con procesos postales técnicos debidamente organizados y suficientemente tecnificados; capaces de asumir grandes volúmenes con un nivel óptimo de calidad.

**Gráfico N° 2**



Fuente: Banco Central de Reserva del Perú  
Elaboración: Propia DGSP-MTC

En esta línea, empresas líderes del subsector postal, tales como DHL, considerando que las exportaciones peruanas año a año vienen incrementándose, ha creído conveniente fortalecer su infraestructura y los procesos de transporte de carga; por lo mismo que ha estimado conveniente asociarse con operadores estratégicos como Danzas & Ocean, líder en el transporte de carga marítima, aérea y terrestre, con el objetivo de comandar el mercado de comunicaciones postales.<sup>46</sup>

Por otro lado, el fortalecimiento de las comunicaciones postales en el país permitirá la expansión y diversificación de los productos de exportación, al contar con un mejor acceso a proveedores nacionales. Con respecto a la situación de nuestro comercio exterior, Gráfico N° 2, cabe señalar que por primera vez desde 1990, la balanza comercial el año pasado, 2002, tuvo un saldo positivo de US\$ 207 millones creciendo las exportaciones en US\$ 640 millones, muy superior al aumento de US\$ 167 millones de las importaciones<sup>47</sup>; este dinamismo puede consolidarse y hacerse sostenible a través del fortalecimiento del subsector de comunicaciones postales del país.

<sup>46</sup> PERU EXPORTA N° 304, Asociación de Exportadores, Agosto 2003

<sup>47</sup> Posiblemente a consecuencia del crecimiento de la economía mundial, en 3%; y la del principal socio comercial, Estados Unidos, en 2,4%.

### 3.7.- Fomento del intercambio y entendimiento cultural internacional

Por un lado, las Estampillas, Sellos Postales o Sellos de Correos, desde el punto de vista del negocio postal, tienen por finalidad actuar como valor de cancelación de los servicios postales, especialmente de las correspondencias; por otro lado, a través de la emisión de éstos<sup>48</sup> se resaltan importantes acontecimientos nacionales e internacionales, se expresan manifestaciones culturales de los pueblos, se promueve y difunden las originalidades de las naciones<sup>49</sup>, patrimonios nacionales en la flora, fauna, entre otros, de esta forma juega también un rol importante en la educación y la cultura del país, contribuyendo al enriquecimiento del conocimiento de la población nacional.

Asimismo, en el mundo existen personas que gustan coleccionar Estampillas, considerándose una actividad de esparcimiento, entretenimiento y pasatiempo, o un alegre y entretenido hobby que alcanza niveles de ardua investigación que desentrañan la historia postal mundial, intercambiando piezas filatélicas provenientes de diversos países y fortaleciendo los límites de las relaciones amigables entre las personas<sup>50</sup>, además de expresar la historia de la filatelia del país. La actividad filatélica, como coleccionismo y negocio de las Administraciones postales, ha adquirido un gran auge a pesar de que inicialmente se vaticinara su declinación con la aparición de modalidades electrónicas de registro y admisión, las exposiciones internacionales concitan la oportunidad de grandes negocios alrededor de las emisiones filatélicas y las Administraciones postales más importantes tienen una especial política de marketing de sus emisiones que les posibilita importantes ingresos, además de cumplir con el rol cultural “a través de este pequeño pedazo de papel”.

En nuestro país con la creación de la Comisión Nacional Filatélica (CONAFIL)<sup>51</sup>, se establecieron las pautas para ordenar el tema de las emisiones postales, fundamentalmente con el objetivo de dar una orientación definida a la selección de las series y motivos que se incluirían en el Calendario Anual de Emisión, teniendo presente que los sellos postales deben destacar especialmente los valores históricos y culturales de nuestro país, así como su patrimonio natural, enriqueciendo la filatelia nacional e internacional, contribuyendo a la promoción de la imagen nacional en el exterior y cumpliendo con los acuerdos internacionales en la materia; el proceso de elaboración, emisión y comercialización de los sellos postales, a cargo del Operador Público de nuestra Administración, deberá ir optimizándose hasta alcanzar un grado de importancia mayor en los ingresos del mismo.

Por otro lado, la Dirección General de Servicios Postales (DGSP) recepciona, a través del *Museo Postal y Filatélico del Perú*<sup>52</sup>, la distribución que se realiza a través de la Oficina Internacional de la UPU de todas las emisiones de sellos postales que efectúan las 189 Administraciones postales de los países miembros de esta Unión, lo que viene en constituirse en la Colección Oficial del país<sup>53</sup> sobre cuya base se preparan y exponen diversas muestras filatélicas en sus salas de exhibición, las que día a día vienen siendo frecuentadas por miles de aficionados postales, estudiantes y turistas nacionales e internacionales. Es a través de estas acciones que

<sup>48</sup> *Estampilla Postal.- Papel representativo de un valor emitido por el correo y sirve para el franqueo de los envíos de correspondencia. Vocabulario Técnico Postal, Dirección General de Servicios Postales, 2003.*

<sup>49</sup> *Como es el caso de la emisión en los últimos meses del Sello Postal “Pisco es Perú”.*

<sup>50</sup> *Postal Services Department Homepage Of Brunei Darussalam. <http://www.brunet.bn/gov/post/phil.htm>*

<sup>51</sup> *Decreto Supremo N° 018-2000-MTC del 1° de mayo de 2000*

<sup>52</sup> *Que se encuentra bajo su administración*

<sup>53</sup> *Formando por lo tanto, parte del patrimonio cultural peruano*

la DGSP lleva a delante su labor de fomento y difusión de la actividad filatélica contribuyendo así al desarrollo de las actividades comerciales en esta materia.

Como datos informativos respecto a esta labor que realiza el Ministerio de Transportes y Comunicaciones -a través de la Dirección General de Servicios Postales- podría señalarse que durante el año 2002 las salas de exhibición del Museo Postal y Filatélico del Perú fueron visitadas por **116,554** personas. Por segunda vez, desde 1995, se logró superar el número de 100,000 visitantes, de éstas **19,287 (16.55%)** fueron turistas del exterior, **42,497 (36.46%)** fueron estudiantes de todos los niveles<sup>54</sup>; de igual forma puede señalarse que de manera organizada se recibieron la visita de **445** Instituciones, de las cuales **403** fueron educativas y de éstas **337** correspondieron a centros Educativos de primaria y secundaria. De manera que la labor de difusión de la actividad filatélica viene siendo cumplida a cabalidad por la DGSP, la que se complementará con una actividad comercial filatélica importante y debidamente organizada en el Operador Público.

#### **IV.- FACTORES CRITICOS PARA EL ÉXITO DE LAS COMUNICACIONES POSTALES EN EL PERÚ**

La evaluación de la situación actual de los servicios postales en el país permite avizorar algunos factores críticos que determinarán el éxito del desarrollo de las comunicaciones postales. Entre estos se encuentran: la integración de los negocios más importantes con los nuevos servicios postales; la libertad comercial y de acción para todos los operadores postales, público y privados; la orientación del sector postal hacia los clientes y los mercados; un sector tutelar público encargado de la elaboración y ejecución de políticas postales transparentes, así como adecuadamente organizado, con un equipo administrativo fuerte y bien capacitado; la participación del sector privado, nacional o extranjero en el desarrollo de los servicios; un marco regulatorio flexible, que recoja los compromisos internacionales asumidos en materia postal, y capaz de incluir todos los aspectos antes señalados.

En suma podemos mencionar los siguientes factores, entre otros, que coadyuvarán al desarrollo exitoso de esta modalidad de comunicación en el país:

##### **4.1.- Marco regulatorio adecuado y recursos humanos altamente capacitados**

Para lograr el éxito en esta actividad económica, como en cualquier otra, se requiere de un adecuado marco regulatorio–normativo sectorial postal, el actual momento exige contar con una Ley de los Servicios de Comunicaciones Postales, un cuerpo legal que contemple y desarrolle todos los aspectos relacionados con la materia postal, el mismo que sea enfocado para dar marco al desarrollo de los servicios de comunicaciones postales en el país; donde se establezcan claramente las bases para el establecimiento del Servicio Postal Universal, compromiso internacional pendiente de cumplimiento por nuestra el Estado peruano, donde el rol de fomento y regulación por parte del estado esté claramente establecido. Asimismo los roles que corresponden a cada uno de los agentes actuantes en el mercado postal, sobre el cual se legislará para asegurar su orden y formalidad; un marco legal que recoja y contemple los aspectos referidos a la facultad sancionadora, el cual signifique un adecuado empowerment de

<sup>54</sup> *Primaria, Secundaria, Superior (pública y privada)*

la Dirección General de Servicios Postales, que la ubiquen como un verdadero Organismo Regulador capaz de realizar las acciones de supervisión y control en todo el país correctamente.

Como se señaló, el marco regulatorio postal peruano actual carece de normas que establezcan el Servicio Postal Universal, y en consecuencia su desarrollo orgánico no es factible; un nuevo marco legal no solo deberá contemplar su establecimiento, sino que deberá desarrollar una Reglamentación Especial, asesorada por profesionales proveniente de Organismo Postales Internacionales, con amplio conocimiento en temas postales, y además deberá contemplarse los lineamientos generales para convenir su desarrollo con el operador elegido, y fundamentalmente los aspectos referidos a las condiciones de calidad mínimas y progresivo desarrollo.

Paralelamente se requiere organizar una autoridad reguladora con todas las facultades necesarias para actuar como tal en el mercado postal, con una estructura organizativa que responda a estas facultades y responsabilidades, y un cuadro de recursos humanos de primer nivel donde se conjugue armoniosamente el importante aporte del conocimiento y experiencia en el servicio postal, con aquel que provenga de profesionales capacitados que contribuya a la elaboración y al buen manejo del marco regulatorio postal, buscando incrementar la productividad de este importante subsector de comunicaciones.

Vemos que en el Perú actualmente, en la academia<sup>55</sup>, de existir, habrían pocos especialistas en temas regulatorios postales, no obstante la importancia de los mismos; sin embargo contando con abundante bibliografía especializada en diversos países del mundo, sumada al conocimiento técnico y las experiencias en la materia, se hace necesario conformar un cuadro de especialistas en dichos temas, que con la capacitación y especialización adecuada posibilite el desarrollo de una labor altamente efectiva, que nos permita estar al menos a la altura de aquella que se pueda encontrar en los países de la región.

#### **4.2.- Tecnificación de la prestación de los servicios de comunicaciones postales**

El uso de Tecnologías de Información en el servicio de comunicaciones postales ayudan a mejorar notablemente estos servicios, y fundamentalmente posibilitan la presentación de productos postales que son respuestas efectivas a las actuales exigencias del mercado postal. Por ejemplo, que los profesionales de la educación y la salud que brindan servicios en los lugares más apartados del país, rurales y de preferente interés social, mejoren sus productividades. Ellos, al estar precisamente en constante interacción con los pobladores de dichas áreas juegan un rol preponderante en el desarrollo socioeconómico de dichos pueblos. Asimismo, se genera un notable ahorro de costos expresados en la reducción del tiempo de espera. Sin embargo, la ausencia de conectividad en muchas de las áreas rurales y alejadas del país, harían que esto no pueda llevarse a cabo sin antes contar con una infraestructura adecuada de Tecnología de Información y Comunicaciones (TICs).

La misma tecnificación en la gestión operativa postal, permite que los usuarios del servicios postal puedan acceder a una serie de servicios y sobre todo de valores agregados, que por ejemplo les permite realizar el seguimiento y localización de sus correspondencias y paquetes enviados en tiempo real, a través de un computador; servicio que ahora está casi generalizado en la región.

---

<sup>55</sup> *Diversas universidades del país.*

Existen más de 3,217<sup>56</sup> puntos de atención formales en todo el país<sup>57</sup> de los cuales una parte se encuentran interconectados o pertenecen a operadores con cobertura nacional, fundamentalmente ubicados en zonas urbanas, donde Lima Callao congrega la mayor cantidad. El interés debe ser desarrollar sistemas de comunicaciones postales que puedan funcionar adecuadamente en ambientes rurales, sin embargo, de momento sólo es posible el uso de computadoras en áreas urbanas, pues en muchos casos no se puede extender a áreas rurales por ausencia de conectividad. En este aspecto es sustancial que el Operador Público de los servicios postales nacionales, SERPOST S.A., sobre la base de un sistema básico de procesos postales debidamente organizados en capacidad de tratar no solo grandes volúmenes de correspondencia sino de paquetería, desarrolle un plan de modernización de los procesos postales, en los que la tecnificación computarizada posibilite la creación y funcionamiento de una red nacional como plataforma del desarrollo de nuevos productos ligados a los servicios de telecomunicaciones (correo híbrido, comercio electrónico, transferencias, track and trace); asegurando de esta forma adicionalmente dicha empresa su viabilidad financiera.

En general todo esto permite desarrollar nuevos servicios a los operadores postales tales como: giros híbridos, los aficionados a la colección de sellos postales podrán adquirirlos (electrónicamente) a través de la web, y no sólo físicamente. Por otro lado, los usuarios, ciudadanos y las empresas, podrán encargar a los operadores postales la conversión de documentos electrónicos en documentos físicos, y viceversa<sup>58</sup>, incluso labores de certificación de firmas digitales.

EL Estado debe apuntar a la mejora de los servicios que presta nuestro operador público, apoyando los procesos de su modernización tecnológica, alentando su gestión estrictamente técnica en la operación de los servicios, cultivando una cultura institucional de servicio a la sociedad y una mística empresarial que tenga en la búsqueda permanente de la calidad el motor de todas sus acciones, en el que la satisfacción del cliente sea su norte y la mejora de la calidad de vida de sus trabajadores una práctica constante.<sup>59</sup>

#### 4.3.- Subsidiariedad del Estado

El Estado peruano, como se ha dicho, tiene contraído diversos compromisos con la comunidad postal internacional que se traduce en la determinación y establecimiento del denominado Servicio Postal Universal, a través del cual se busca garantizar la prestación de servicios postales básicos de calidad y a precios asequibles en todo su territorio; es en este marco en el que deberá fortalecer su presencia y rol subsidiario, en especial en las zonas rurales y alejadas del país, promoviendo la participación de la inversión privada y cofinanciando proyectos de inversión de comunicaciones postales sostenibles en estos lugares, que al parecer privadamente no son rentables<sup>60</sup>.

La posibilidad de tener pueblos, que históricamente han estado marginados, más comunicados, asegura que éstos sean alejados paulatinamente de problemas socioeconómicos tales como el

<sup>56</sup> Según los datos de la Dirección de Normas y Supervisión Postal.

<sup>57</sup> Según acciones de supervisión la cantidad sería mucho mayor. Al respecto véase, “Informalidad en los Servicios Postales y Estrategias para su Reducción”, Dirección General de Servicios Postales, 2003.

<sup>58</sup> Por ello también, una vez discutido y aprobado el Proyecto de Ley marco de los Servicios de Comunicaciones Postales del país, es importante ir elaborando el marco regulatorio- legal sobre el Comercio Electrónico.

<sup>59</sup> Discurso de la representación peruana en la III Reunión de Ministros de Tutela del Sector Postal de la región UPAEP (Madrid, mayo de 2002)

<sup>60</sup> Como actualmente lo vienen haciendo a través del Fondo de Inversión de Telecomunicaciones (FITEL).

terrorismo, que por muchos años viene afectando negativamente al Perú y fundamentalmente el desarrollo de estas localidades. Asimismo, contribuye a la presencia del Estado a través de la autoridad del gobierno que corresponda (central, regional, municipal), haciéndolo un vehículo de integración y cohesión de la sociedad peruana; de la misma forma que posibilita el desarrollo de las economías locales. Asimismo, estos proyectos ayudarían a mejorar la rentabilidad de otros programas sociales, como los de educación y salud, y sobre todo los de telecomunicaciones que vienen realizando el Estado peruano, de manera subsidiaria, a través del Fondo de Inversión en Telecomunicaciones (FITEL).

Este compromiso subsidiario del Estado peruano se ve concretizado en el Proyecto de Ley de Comunicaciones Postales, en discusión, a través de las consideraciones generales establecidas en materia del Servicio Postal Universal, las mismas que serán ampliadas vía Reglamento General de la Ley y los Reglamentos Especiales, sobre la materia; sin duda que este es un factor determinante del futuro desarrollo del servicio de comunicaciones postales en el país.

## V.- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Lo expuesto de forma sucinta sobre la importancia de los servicios de comunicaciones postales en el desarrollo socioeconómico del país, nos lleva a la formulación de algunas conclusiones y recomendaciones que detallamos a continuación:

### 5.1.- Conclusiones

- ☐ Existe la necesidad de contar con un mercado postal ordenado y transparente, en el que:
  - Los roles de cada agente participante esté claramente definido.
  - Se asegure la prestación de un servicio postal universal a la medida de las necesidades de la población nacional.
  - La autoridad del Estado en los aspectos regulatorios sea ejercida plenamente, a través de la Dirección General de Servicios Postales, para mantener el orden y la transparencia, fomentando el desarrollo de los servicios y velando por la satisfacción de los clientes.
  - El operador público de los servicios postales, responsable del cumplimiento de los compromisos de operatividad postal derivados de los convenios postales internacionales, tenga todas las posibilidades para su desarrollo y modernización tecnológica para el logro de su autofinanciamiento y permanencia sostenida.
- ☐ Existe una elevada demanda por la modernización de los servicios de comunicaciones postales, al igual que en todos los países desarrollados, por ser: (i) parte esencial de la infraestructura relevante y vital para el desarrollo económico y social de un país, (ii) ofrece una potencial forma de cerrar la brecha digital, (iii) proveer excelentes oportunidades para que exista un puente entre la vieja y la nueva economía.
- ☐ Urge fomentar su desarrollo a través de un fortalecimiento del marco regulatorio e institucional, del organismo normativo-regulador, con una adecuada difusión de los

mismos. Ello permitiría que el país cuente con un marco regulatorio claro que aleje de toda incertidumbre a los inversionistas.

- ☐ La determinación y establecimiento del Servicio Postal Universal debe ir acompañada de una reglamentación técnica especializada, que asegure su financiamiento y las condiciones de asequibilidad y calidad para su prestación.
- ☐ Se requiere el establecimiento de Lineamientos para Desarrollo de las Comunicaciones Postales áreas rurales y de preferente interés social, para consolidar su desarrollo en el Perú.
- ☐ La aprobación de un Proyecto de Ley de los Servicios de Comunicaciones Postales debe asegurar el marco adecuado para el desarrollo del marco normativo-regulatorio del comercio electrónico y del correo híbrido del país.
- ☐ La modernización del operador público debe ir por el lado de la tecnificación computarizada de la prestación de su servicio, sobre la base de procesos operativos postales debidamente organizados; pero igualmente, estableciendo una gestión estrictamente técnica en la operación de los servicios.
- ☐ El fortalecimiento de la autoridad del Estado en materia de servicios postales, a través de su órgano regulador dotado de las facultades y respaldo político necesarios para el cumplimiento de sus responsabilidades en la regulación y control de las operaciones en el mercado postal, en particular en la prestación del servicio postal universal y el cumplimiento de los convenios postales internacionales; surge como una necesidad inmediata en esta realidad.

## 5.2.- Recomendaciones

- ✓ Mantener un permanente seguimiento de la elaboración y perfeccionamiento del proyecto de Ley de los Servicios de Comunicaciones Postales, conformando un Grupo de Trabajo que se aplique a estas labores, así como a la sustentación técnica de las propuestas que ésta contenga, recogiendo las necesidades normativas del mercado postal.
- ✓ Asegurar la asistencia especializada, a través de una consultoría adecuada, en la determinación y establecimiento del Servicio Postal Universal; la que deberá incluir las normas generales de la Ley, la reglamentación técnica que abordará los temas de asequibilidad y calidad, las disposiciones a contemplarse en el convenio de prestación, la normativa referida a la supervisión y control y la planificación del SPU.
- ✓ Elaborar un diagnóstico inicial de la prestación de los servicios a cargo del operador público, que sustente una propuesta destinada a posibilitar la modernización del mismo sobre la base de procesos postales básicos organizados, y una gestión estrictamente técnica.
- ✓ Formular, a través de un Equipo de Trabajo especialmente designado, una propuesta de *Lineamientos de políticas para la promoción del mayor acceso a los servicios de comunicaciones postales en áreas rurales y de preferente interés*

*socias*, como base de un debate mayor que posibilite contar con esta herramienta de desarrollo postal.

- ✓ Conformar una Comisión o Grupo de Trabajo con la participación de la Dirección General de Servicios Postales, Secretaría de Comunicaciones, Osiptel y otros que correspondan, a fin de establecer los lineamientos para el desarrollo del comercio electrónico y del correo híbrido.
  
- ✓ Retomar las propuestas destinadas, en el marco del Reglamento de Organización y Funciones del Sector, a dotar a la autoridad de gobierno correspondiente<sup>61</sup>, de las facultades y organización estructural que posibilite realmente el cumplimiento de sus responsabilidades en la regulación y control de las operaciones postales, así como en la representación de la Administración postal nacional.



Ministerio de Transportes y Comunicaciones  
Dirección General de Servicios Postales  
Viceministerio de Comunicaciones  
Octubre 2003

*Comentarios & Sugerencias*  
jmondonado@mtc.gob.pe  
hbriceno@mtc.gob.pe

---

<sup>61</sup> Dirección General de Correos (Dirección General de Servicios Postales), como se conoce en el mundo a las autoridades de gobierno aplicadas a esta materia.

## **ANEXOS:**

**Anexo N° 1****Agencias bancarias, líneas de telefonía fija y móvil, puntos de atención postal**

Departamentos	Agencias Bancarias		Líneas Telefónicas(3)		Puntos de Atención Postal		Población (6)	Pobreza Total (6)	Extrema Pobreza (6)
	Privadas (1)	Bco. Nación (2)	Fijas	Móviles	Privados (4)	SERPOST (5)			
AMAZONAS	3	9	3805	856	27	55	406060	74,5	14,1
ANCASH	14	27	39507	45366	72	122	1067282	61,1	33,3
APURIMAC	3	9	4906	1511	40	32	426904	78	47,4
AREQUIPA	27	22	81549	126566	73	57	1072958	44,1	14,5
AYACUCHO	3	3	9875	5446	29	17	527480	72,5	45,5
CAJAMARCA	9	24	17847	25616	51	59	1411942	77,4	50,8
CUSCO	11	16	35588	42647	57	168	1158142	75,3	51,3
HUANCAVELICA	1	9	1851	286	19	29	431088	88	74,4
HUANUCO	5	12	10639	6510	30	22	776727	78,9	61,9
ICA	20	6	36957	36728	55	85	649332	44,7	8,6
JUNIN	15	17	39330	41948	80	131	1190488	57,5	24,3
LA LIBERTAD	21	26	82835	117821	77	83	1465970	52,1	18,3
LAMBAYEQUE	15	22	51078	68306	54	63	1093051	63	19,9
LIMA(7)	592	45	22992	1661137	549	338	8239891	33,4	3,1
LORETO	10	7	2426	16948	51	61	880471	70	47,2
MADRE DE DIOS	1	3	8224	725	19	11	84383	36,7	11,5
MOQUEGUA	8	4	2945	8309	33	31	147374	29,6	7,6
PASCO	5	7	48864	2246	18	10	247872	66,1	33,2
PIURA	23	30	17203	63995	84	43	1545771	63,3	21,4
PUNO	11	19	14621	27895	57	120	1199398	78	46,1
SAN MARTIN	8	13	17663	4589	50	34	743668	66,9	36,2
TACNA	9	6	7152	40812	25	5	277188	32,8	5,2
TUMBES	5	3	12637	6715	23	18	193840	46,8	7,4
UCAYALI	4	4	1104968	6635	23	15	424410	70,5	44,9
<b>TOTAL</b>	<b>823</b>	<b>343</b>	<b>1.675.462</b>	<b>2.359.613</b>	<b>1.596</b>	<b>1.621</b>	<b>25.661.690</b>	<b>54,8</b>	<b>24,4</b>

(1) Fuente: Asociación de Bancos (ASBANC); a junio de 2003

(5) Fuente: SERPOST S.A.. Incluye propios y de terceros.

(2) Fuente: Banco de la Nación; a junio de 2003

(6) A fines del 2000, Fuente: INEI

(3) Fuente: OSIPTEL; a marzo del 2003

(7) Agencias del Banco de la Nación. En la Provincia de Lima: 42; en Provincia Constitucional del Callao:3.

(4) Fuente: Dirección de Normas y Supervisión Postal - DGSP

**Anexo N° 2****Demanda de Servicios de Telecomunicaciones de los Hogares**

Trimestre/Región	Total de Hogares	Teléfono Fijo		Teléfono Móvil		Teléfono Público	
		Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje
<b>Total del País</b>							
2001-IV	59085858	1204560	20,4	448853	7,6	2213270	37,5
2000-IV	5744669	1319157	23,0	373622	6,5	2435128	42,4
1999-IV	5447315	1313655	24,1	235394	4,3	1967904	36,1
1998-IV	5396580	1293563	24,0	307008	5,7	1805261	33,5
<b>Lima Metropolitana</b>							
2001-IV	1691975	758339	44,8	304378	18,0	1021315	60,4
2000-IV	1610027	788657	49,0	252498	15,7	1084581	67,4
1999-IV	1641404	836338	51,0	156123	9,5	894477	54,5
1998-IV	1596589	855731	53,6	259332	16,2	808154	50,6
<b>Resto Costa</b>							
2001-IV	1315737	237604	18,1	88061	6,7	508324	38,6
2000-IV	1285582	251034	19,5	57625	4,5	537104	41,8
1999-IV	1229167	208494	17,0	33482	2,7	467578	38
1998-IV	1217310	212276	17,4	25359	2,1	430724	35,4
<b>Sierra</b>							
2001-IV	2154381	152987	7,1	47290	2,2	501986	23,3
2000-IV	2139640	216391	10,1	56742	2,7	597933	27,9
1999-IV	1904406	198567	10,4	40718	2,1	438394	23
1998-IV	1930929	168663	8,7	17251	0,9	423817	21,9
<b>Selva</b>							
2001-IV	746764	55630	7,4	9124	1,2	181644	24,3
2000-IV	709420	63075	8,9	6757	1,0	215510	30,4
1999-IV	672338	70257	10,4	5072	0,8	167455	24,9
1998-IV	651753	56893	8,7	5066	0,8	142566	21,9

Fuente: Encuesta Nacional de Hogares. INEI

Elaboración: Dirección General de Servicios Postales

**Anexo N° 3**

Localidad	TOTAL PUNTOS DE ATENCION CON OFICINAS FIJAS								TOTAL
	PROPIOS (CON PERSONAL DE SERPOST)				A CARGO DE TERCEROS				
	Administración	Sucursal	Oficina	Total Propios	Rep. Comerc.	Rep. Postal	Autoridad	Total Terceros	
Abancay	1	1	2	4	0	24	4	28	32
Arequipa	1	2	4	7	11	30	9	50	57
Ayacucho	1	1	0	2	0	15	0	15	17
Breña	1	0	4	5	13	0	0	13	18
Cajamarca	1	3	0	4	5	30	20	55	59
Callao	1	1	2	4	23	0	0	23	27
Cerro de Pasco	1	0	1	2	0	7	1	8	10
Chachapoyas	1	4	0	5	1	23	26	50	55
Chiclayo	1	5	0	6	5	27	25	57	63
Chimbote	1	2	2	5	0	16	10	26	31
Chosica	1	0	4	5	1	1	1	3	8
Comas	1	0	5	6	11	1	0	12	18
Cusco	1	3	4	8	74	60	26	160	168
Huacho	1	2	3	6	0	7	1	8	14
Huancavelica	1	0	0	1	0	28	0	28	29
Huancayo	1	5	1	7	0	119	5	124	131
Huanuco	1	1	0	2	1	17	2	20	22
Huaraz	1	2	4	7	0	49	35	84	91
Ica	1	5	0	6	2	56	21	79	85
Ingeniería	1	0	5	6	19	0	0	19	25
Iquitos	1	0	1	2	1	58	0	59	61
Jesús María	1	2	1	4	30	0	0	30	34
Juliaca	1	1	1	3	7	18	4	29	32
La Victoria	1	1	8	10	51	3	0	54	64
Lima	1	2	6	9	16	0	0	16	25
Lince	1	0	1	2	29	0	0	29	31
Miraflores	1	0	5	6	63	0	0	63	69
Moquegua	1	1	0	2	0	24	5	29	31
Piura	1	5	1	7	1	29	6	36	43
Pto. Maldonado	1	0	0	1	1	5	4	10	11
Pucallpa	1	0	1	2	0	8	5	13	15
Puno	1	0	0	1	36	42	9	87	88
Tacna	1	0	0	1	0	4	0	4	5
Tarapoto	1	2	3	6	0	13	15	28	34
Trujillo	1	2	7	10	2	63	8	73	83
Tumbes	1	0	1	2	0	16	0	16	18
Villa María del Triunfo	1	0	5	6	11	0	0	11	17
<b>Total</b>	<b>37</b>	<b>53</b>	<b>82</b>	<b>172</b>	<b>414</b>	<b>793</b>	<b>242</b>	<b>1.449</b>	<b>1.621</b>

Fuente: Área de Administraciones Postales – Serpost S.A.

**Anexo N° 4****COLOCACIONES BRUTAS, DEPOSITOS, NUMERO DE OFICINAS, CAJEROS AUTOMATICOS, PIB Y POBLACION – PERU**

Departamentos	Colocaciones brutas (mils S/.) Marzo 2003	Depósitos (miles S/.) Marzo 2003	# Oficinas Marzo 2003	# Cajeros automáticos Marzo 2003	PIB 2001		PIB Marzo 2003 Miles S/. /1	Población 2002
					Miles S/.	%		
Amazonas	4.601	24.682	3	2	1.395.000	0,74	1.502.732	428.095
Ancash	427.270	324.785	14	16	5.814.000	3,07	6.263.001	1.107.828
Apurímac	4.625	34.148	3	2	810.000	0,43	872.554	463.131
Arequipa	912.058	1.043.852	29	47	13.136.000	6,93	14.150.460	1.101.005
Ayacucho	21.286	74.364	3	3	1.445.000	0,76	1.556.594	550.751
Cajamarca	72.120	339.480	9	13	5.456.000	2,88	5.877.353	1.498.567
Cusco	183.171	420.743	11	29	4.708.000	2,48	5.071.587	1.208.689
Huancavelica	13	12.322	1	1	1.247.000	0,66	1.343.303	443.213
Huanuco	31.915	92.670	5	6	2.914.000	1,54	3.139.041	811.865
Ica	392.392	323.517	20	19	6.378.000	3,37	6.870.557	687.334
Junín	242.761	392.006	15	18	6.973.000	3,68	7.511.507	1.246.663
La Libertad	550.812	709.918	20	37	10.320.000	5,45	11.116.988	1.506.122
Lambayeque	495.032	408.025	15	20	7.088.000	3,74	7.635.388	1.121.358
Lima	31.316.837	39.888.549	584	778	90.715.000	47,86	97.720.690	8.535.682
Loreto	151.305	208.203	10	14	5.843.000	3,08	6.294.240	907.341
Madre de Dios	2.353	18.817	1	1	679.000	0,36	731.437	99.452
Moquegua	142.860	167.797	8	8	3.630.000	1,92	3.910.336	156.750
Pasco	15.087	60.129	5	3	2.505.000	1,32	2.698.455	264.702
Piura	608.437	434.716	23	26	6.267.000	3,31	6.750.985	1.636.047
Puno	87.859	228.285	11	11	4.206.000	2,22	4.530.819	1.263.995
San Martín	132.113	89.275	8	9	2.580.000	1,36	2.779.247	757.740
Tacna	124.226	271.677	9	10	2.797.000	1,48	3.013.005	294.214
Tumbes	34.654	46.617	5	4	808.000	0,43	870.400	202.088
Ucayali	98.980	142.986	4	8	1.817.000	0,96	1.957.322	456.340
<b>TOTAL</b>	<b>36.052.771</b>	<b>45.757.561</b>	<b>816</b>	<b>1.085</b>	<b>189.531.000</b>	<b>100</b>	<b>204.168.000</b>	<b>26.748.972</b>

/1: PIB anualizado a marzo 2003 se estima utilizando como base los porcentajes de la participación de cada Departamento en el PIB total en el 2001.

Fuente: ASBANC, BCRP y Cuanto S.A.

Elaboración: Estudios Económicos – ASBANC

**Anexo N° 5**

<b>INDICADORES DE INTERMEDIACIÓN Y BANCARIZACIÓN POR DEPARTAMENTO – PERU</b> <b>BANCA COMERCIAL (Marzo 2003)</b>				
<b>DEPARTAMENTOS</b>	<b>INTERMEDIACIÓN (Colocaciones Brutas / PIB) %</b>	<b>BANCARIZACIÓN (Depósitos / PIB) %</b>	<b># HABITANTES / OFICINA (1)</b>	<b># HABITANTES / CAJERO AUTOMÁTICO (2)</b>
Amazonas	0,31	1,64	142.698	214.048
Ancash	6,82	5,19	79.131	69.239
Apurímac	0,53	3,91	154.377	231.566
Arequipa	6,45	7,38	37.966	23.426
Ayacucho	1,37	4,78	183.584	183.584
Cajamarca	1,23	5,78	166.507	115.274
Cusco	3,61	8,30	109.881	41.679
Huancavelica	0,00	0,92	443.213	443.213
Huánuco	1,02	2,95	162.373	135.311
Ica	5,71	4,71	34.367	36.175
Junín	3,23	5,22	83.111	69.259
La Libertad	4,95	6,39	75.306	40.706
Lambayeque	6,48	5,34	74.757	56.068
Lima	32,05	40,82	14.616	10.971
Loreto	2,40	3,31	90.734	64.810
Madre de Dios	0,32	2,57	99.452	99.452
Moquegua	3,65	4,29	19.594	19.594
Pasco	0,56	2,23	52.940	88.234
Piura	9,01	6,44	71.132	62.925
Puno	1,94	5,04	114.909	114.909
San Martín	4,75	3,21	94.718	84.193
Tacna	4,12	9,02	32.690	29.421
Tumbes	3,98	5,36	40.418	50.522
Ucayali	5,06	7,31	114.085	57.043
<b>TOTAL</b>	<b>17,66</b>	<b>22,41</b>	<b>32.781</b>	<b>24.653</b>

Fuente: ASBANC, BCRP y Cuanto S.A.

Elaboración: Estudios Económicos – ASBANC

(1) y (2) A menor número, mayor infraestructura bancaria por persona en el Dpto.

**Anexo N° 6****Intermediación y Bancarización – Latinoamérica (Diciembre 2002)**

Países	Colocaciones (Mills. US\$)	Depósitos (Mills. US\$)	PIB (Mills. US\$)	Intermediación Colocaciones Brutas/PIB (%)	Bancarización Depósitos/PIB (%)
Argentina /1	54.871	45.518	94.148	58,28	48,35
Bolivia	2.667	2.819	7.790	34,24	36,19
Brasil	104.201	125.250	480.000	21,71	26,09
Chile	43.570	39.285	66.274	65,74	59,28
Colombia	15.109	18.450	71.575	21,11	25,78
Costa Rica	3.689	4.882	16.043	22,99	30,43
Honduras	2.076	2.763	6.494	31,97	42,55
México	100.366	108.629	637.203	15,75	17,05
Perú	10.784	13.486	56.909	18,95	23,70
Uruguay	4.891	6.272	9.625	50,82	65,16
Venezuela	6.679	12.266	77.922	8,57	15,74

/1: Cifras a junio 2002.

Fuentes:

\*FELABAN: Argentina, Costa Rica, Honduras, México y Uruguay.

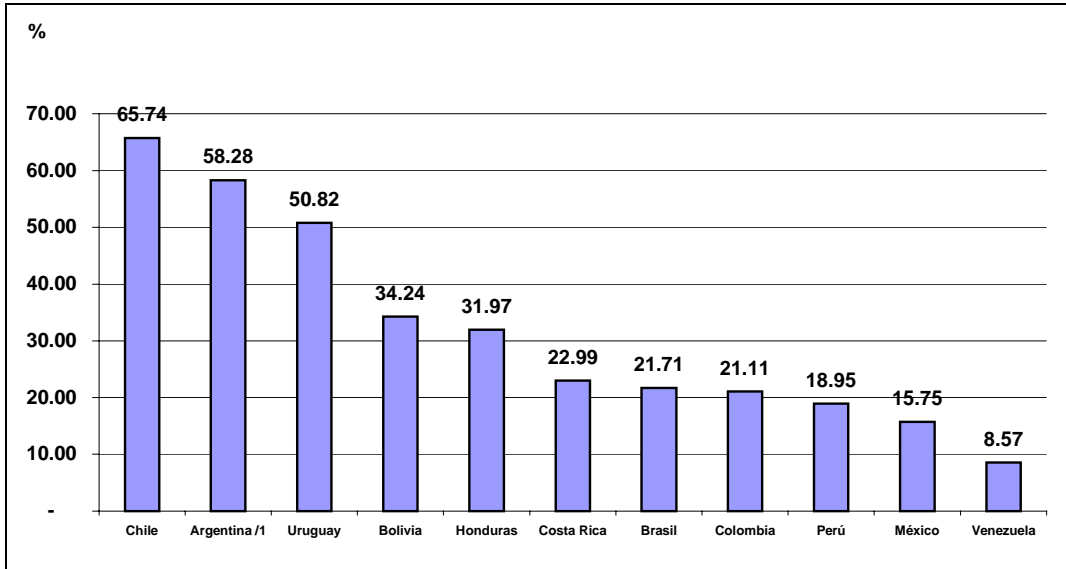
\*Asociaciones Bancarias de Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Venezuela y Perú.

\*Bancos Centrales de los distintos países.

Elaboración: Estudios Económicos – ASBANC

**Anexo N° 7**

**Intermediación (Colocaciones Brutas / PIB) - Latinoamérica  
Diciembre 2002**



/1: Cifras a junio 2002.

Fuentes:

\*FELABAN: Argentina, Costa Rica, Honduras, México y Uruguay.

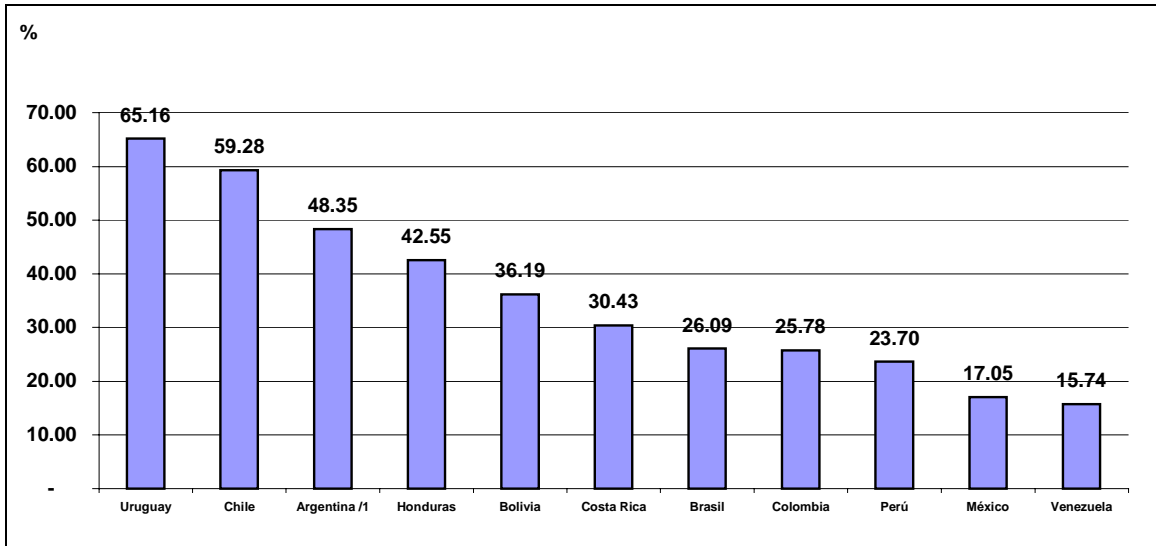
\*Asociaciones Bancarias de Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Venezuela y Perú.

\*Bancos Centrales de los distintos países.

Elaboración: Estudios Económicos - ASBANC

**Anexo N° 8**

**Bancarización (Depósitos / PIB) - Latinoamérica  
Diciembre 2002**



/1: Cifras a junio 2002.

Fuentes:

\*FELABAN: Argentina, Costa Rica, Honduras, México y Uruguay.

\*Asociaciones Bancarias de Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Venezuela y Perú.

\*Bancos Centrales de los distintos países.

Elaboración: Estudios Económicos - ASBANC