

# TABLA DE CONTENIDO

<b>1. EL SECTOR POSTAL.....</b>	<b>2</b>
<b>2. EL SECTOR POSTAL EN GUATEMALA .....</b>	<b>3</b>
2.1. Marco Legal .....	3
2.2 El Mercado Postal Nacional .....	3
2.3. El Operador Designado: Correo de Guatemala, S.A. ....	4
2.4. Conclusiones.....	5
<b>3. OBJETIVOS DE LA REFORMA .....</b>	<b>6</b>
<b>4. EL PLAN DE REFORMA DEL SECTOR .....</b>	<b>6</b>
4.1. Determinación del Servicio Postal Universal - SPU .....	7
4.2 Definición de la Política Sectorial .....	7
4.3. Establecimiento del Marco Legal .....	7
4.4. Modernización de los Servicios y del Operador .....	7
4.5. Acciones de corto plazo .....	8
4.6. Otras acciones de apoyo a la reforma.....	8
<b>CRONOGRAMA DE EJECUCIÓN DEL PLAN .....</b>	<b>9</b>
<b>ESTIMACIÓN DE COSTOS DE EJECUCIÓN DEL PLAN .....</b>	<b>11</b>
<b>ESTRUCTURA DE ORGANIZACIÓN DE EJECUCIÓN DEL PLAN .....</b>	<b>13</b>

# 1. EL SECTOR POSTAL

Los correos del mundo operaron durante mucho tiempo sin considerar las necesidades de sus clientes. Durante el siglo XX, pasaron varias décadas para que la actividad postal se considerara un servicio público industrial, enfocándose a la movilización y entrega de comunicaciones de negocios.

**En términos generales se entiende por Servicios Postales, el conjunto de actividades por medio de las cuales se envían objetos postales de un remitente para ser entregados a un destinatario en una dirección que identifica un punto geográfico determinado.**

Con el surgimiento de la globalización y la aparición de las nuevas tecnologías, la Unión Postal Universal (UPU), la Unión Postal de las Américas, España y Portugal (UPAEP), los gobiernos, e incluso las organizaciones internacionales tales como la Organización Mundial de Comercio (OMC), han estado trabajando para definir claramente la naturaleza de los servicios postales, en comparación con otros medios de comunicación y transporte. Es por ello, que los gobiernos han asumido ante la UPU, la responsabilidad de proporcionar la base legal y los mecanismos necesarios para asegurar que se cumpla con los servicios mínimos del servicio postal universal (SPU).

SERVICIO POSTAL UNIVERSAL	
<b>OFERTA MINIMA DE SERVICIOS</b>	<b>Servicios Postales Básicos</b> <u>Envíos de correspondencia</u> <ul style="list-style-type: none"><li>- Cartas y tarjetas 2 Kg.</li><li>- Impresos hasta 2 Kg.</li><li>- Pequeños paquetes hasta 2 Kg.</li><li>- Literatura para invidentes o cecogramas hasta 7 Kg.</li></ul> <u>Encomiendas</u> <ul style="list-style-type: none"><li>- Encomiendas o paquetes postales hasta 20 Kg.</li><li>-</li></ul>

Garantizar en cada uno de los estados miembros el Servicio Postal Universal con una oferta mínima de servicios básicos, permite integrar cada una de las redes postales de los países, conformando un territorio postal único constituido por la Unión Postal Universal donde se movilizan anualmente cerca de 450.000 millones de envíos que generan 220.000 millones de USD a los Correos. En el flujo de ese volumen anual, intervienen más de 670 mil agencias postales permanentes alrededor del mundo y laboran más de 5.3 millones de personas.

La dinámica social y económica moderna en los países, requiere de una infraestructura adecuada en todos los sectores para el desarrollo nacional, como es el caso de las comunicaciones. Sin embargo, el crecimiento aislado de las mismas, no es capaz, por sí sólo, de promover el desarrollo integrado de una nación, por lo que es necesario dar atención a otros sectores tan importantes como educación, transporte, salud, habitación, infraestructura urbana, entre otros.

De esta forma, invertir en comunicación no es una alternativa, sino ante todo, una necesidad imperiosa, cuya omisión dificultará el crecimiento económico, social, político y cultural de la nación. Siendo el sector postal parte integral de las comunicaciones, no es posible aspirar a un nivel de desarrollo sin que sean emprendidas acciones de reforma del sector postal. La base de esta reforma se puede expresar en cinco desafíos que se presentan como realidades ineludibles en los países:

- **La obligación de la Universalización de los Servicios Postales**
- **El manejo de la separación de las funciones de Regulación y Operación**
- **La presencia de Competencia en el Mercado**
- **La necesidad de Modernización de los Operadores Designados**
- **La Integración Regional y Global**

## **2. EL SECTOR POSTAL EN GUATEMALA**

El sector postal en Guatemala carece de una estructura que permita a las principales partes involucradas (clientes, sociedad, Gobierno, Ministerio, Correo de Guatemala, S. A. y operadores privados) disponer de un ordenamiento institucional para el ejercicio de sus actividades.

El principal resultado de esta situación de desajuste sectorial es que la sociedad de Guatemala no cuenta con una oferta de servicios postales suficiente con las necesidades actuales del desarrollo económico y social del país.

### **2.1. Marco Legal**

La regulación del servicio postal en Guatemala se basa en un Decreto de 1904 que está desactualizado. Solo existe normativa y supervisión de las actividades del concesionario Correo de Guatemala, S. A. El resto de los operadores operan sin control y sin asumir responsabilidades específicas.

El Gobierno garantiza sus obligaciones constitucionales y los compromisos internacionales del Convenio Postal de la UPU en el servicio postal universal, a través de la concesión al operador oficial, por 10 años a partir de 2004, prorrogables hasta 25 años.

A pesar de que se han fijado plazos de entrega en el contrato de concesión, las especificaciones de las condiciones de prestación en las facilidades de acceso a los servicios para enviar y recibir correo no están definidas, así como tampoco, las demás especificaciones de calidad para confiabilidad, seguridad y responsabilidad.

Está pendiente el compromiso del Gobierno de incluir en la legislación postal nacional el alcance del servicio universal y las condiciones especificadas de prestación de los servicios que se deben ofrecer.

### **2.2. El Mercado Postal Nacional**

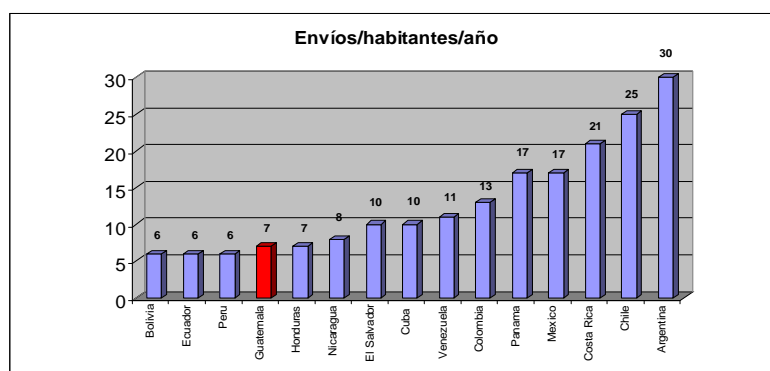
Se estima la dimensión del mercado postal en un total de **82.4 millones de envíos postales**, con un valor de operaciones de **56.3 millones de dólares**.

Los servicios básicos representan un 97.3% del total de envíos anuales y una tercera parte del valor de los ingresos, mientras los servicios expresos con sólo un 2.7% del volumen, genera dos tercios del valor de ingresos anuales del sector.

Servicios	Volumen		Valor	
	Millones de envíos	%	Millones USD	%
Postal básico	<b>80.2</b>	97.3	<b>18.7</b>	33.3
Postal Expreso	<b>2.2</b>	2.7	<b>37.6</b>	66.7
Total	<b>82.4</b>	100.0	<b>56.3</b>	100.0

Fuente: Equipo Nacional del PIDEP

El indicador de desarrollo del sector postal expresado en términos del número de envíos anuales por habitante, no corresponde al desarrollo económico del país, si se compara con los demás países de la región, lo que señala un gran potencial de crecimiento.



Fuente: Oficina del Consejo Regional de la UPU y Equipo Nacional del PIDEP

### 2.3. El Operador Designado: Correo de Guatemala, S.A.

La empresa cuenta con **1.080 empleados directos**. Dispone de una **red nacional de 437 oficinas**. Tiene una **participación en el mercado postal nacional de 50% en el volumen y 16% en el valor**.

Los resultados económicos de la operación de la concesión han sido relativamente satisfactorios, como se muestra en el cuadro.

MILES USD	2004 <sup>1</sup>	2005	2006
<b>Ingresos</b>	3,956	7,488	8,595
<b>Gastos</b>	4,047	7,439	8,345
<b>RESULTADO</b>	<b>(91)</b>	<b>49</b>	<b>250</b>

Fuente: Correo de Guatemala, S.A.

<sup>1</sup> A partir de junio de 2004.

El concesionario paga, mensualmente al Estado, un canon de un 5% de la facturación total bruta, un arrendamiento anual de Bienes Inmuebles y Muebles de 300,000 dólares y un derecho de llave anual de 25,000 dólares, debiendo dedicar a inversiones un 3% de su facturación.

Por su parte el Estado paga al concesionario por cada carta simple e individual hasta 20 gramos de peso, telegrama hasta 20 palabras y por franquicia internacional, cediendo al concesionario los derechos de cobro en concepto de gastos terminales.

#### 2.4. Conclusiones de situación del sector postal del país

<b>Mercado</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>▪ El desarrollo actual del mercado no corresponde al tamaño del país y a su nivel de desarrollo económico (7envíos/habitante/año.</li><li>▪ El mercado de paquetería tiene un desarrollo limitado por lo que exige especial atención. Es el mercado de mayor crecimiento de la industria postal. Es además una obligación incluida en el servicio postal universal.</li></ul>
<b>Marco Legal</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>▪ El marco legal del sector no está actualizado (Ley de 1904) y no incorpora las obligaciones internacionales (Convenio Postal - UPU), en específico el servicio postal universal.</li><li>▪ Se carece de un regulador para el sector, lo que provoca situaciones de competencia desleal y prácticas depredativas en los precios.</li><li>▪ La ausencia de normas legales para las actividades del sector, es un obstáculo para impulsar el desarrollo de los servicios, con inversiones y participación de la iniciativa privada.</li></ul>
<b>Operador Designado</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>▪ La limitada participación en el mercado de los servicios básicos (51% del mercado), corre serios riesgos de deterioro por un marco legal inadecuado y la ausencia de control de los operadores postales que le compiten ilegalmente.</li><li>▪ El concesionario tiene la oportunidad de negocio en paquetería básica, al tiempo que el Estado podrá garantizar su obligación en esos servicios.</li><li>▪ El concesionario necesita adecuar su red de admisión y distribución, ajustar sus procesos productivos e invertir en tecnología.</li></ul>

### 3. OBJETIVOS DE LA REFORMA

- a) **ADECUAR EL MARCO LEGAL**, para las actividades del sector postal del país.
- b) **MODERNIZAR LOS SERVICIOS POSTALES** que se ofrecen en el mercado nacional.

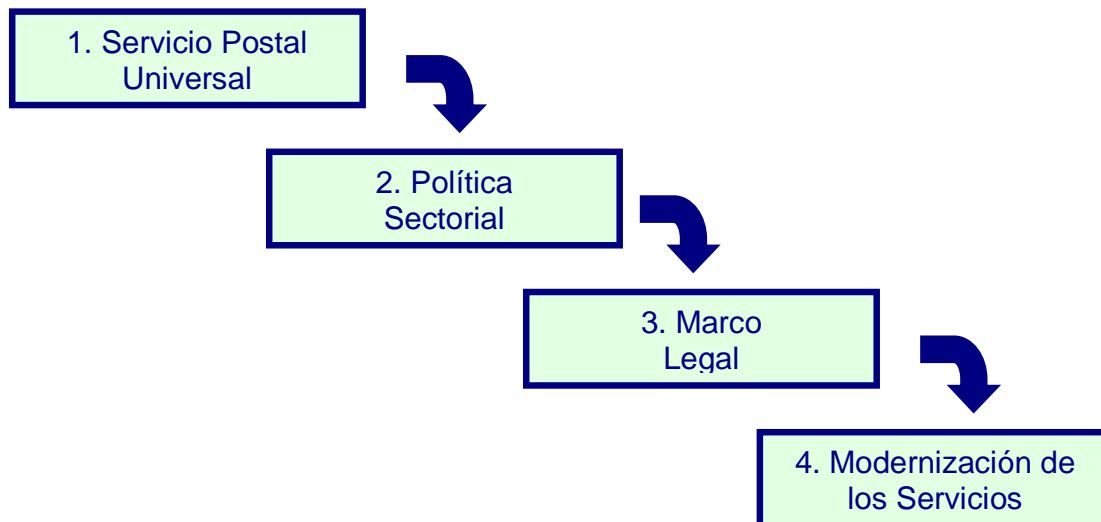
### 4. EL PLAN DE REFORMA DEL SECTOR

El Plan Integral de Reforma y Desarrollo Postal – PIDEP, exige el concurso de todas las partes. El Gobierno tendrá que adoptar decisiones acerca de:

- a. El alcance de las obligaciones en SPU. Condiciones de prestación y financiamiento.
- b. Diseñar la Política para el desarrollo del sector.
- c. La creación de una propuesta del marco legal en el cual se incluyan las obligaciones del Estado, el grado de liberalización y los regímenes de operación y regulación.
- d. La modernización de los servicios y del Operador Designado, con la financiación de los proyectos de Inversiones.

El Congreso de la República deberá aprobar las disposiciones de ley que adopten las propuestas del Gobierno para establecer el orden legal y normativo para las actividades del sector postal.

Con el fin de lograr estas decisiones de las autoridades, el PIDEP está compuesto por cuatro grupos de acciones secuenciadas:



#### 4.1. Determinación del Servicio Postal Universal (SPU)

El Estado debe garantizar a toda la población del país, un Servicio Postal Universal de calidad, a precios razonables, debiendo realizarse las siguientes acciones:

- |   |
|---|
| • <b>Analizar la situación actual de la prestación del Servicio Postal Universal (SPU) en el país</b> |
| • <b>Realizar estudio del mercado postal nacional</b>   |
| • <b>Elaborar un modelo para el cálculo de costos del SPU</b>   |
| • <b>Elaborar una propuesta del SPU para el país</b>  |

#### 4.2. Definición de la Política Sectorial

En la Política Sectorial se establecerán los lineamientos de actuación del Estado para cumplir con su obligación de SPU y al tiempo brindar condiciones aptas para que los operadores y el sector se desarrollen.

- |  |
|--|
| • <b>Elaborar la propuesta de Política Sectorial para que sea considerada y adoptada por el Gobierno</b> |
|--|

#### 4.3. Establecimiento del Marco Legal

El país requiere adecuar sus normas legales de manera que permitan garantizar un Servicio Postal Universal (SPU) de calidad a toda la población y emitir la reglamentación que defina la explotación competitiva y justa del mercado por parte de los operadores privados.

Para esto, el PIDEP de Guatemala contempla las siguientes acciones:

- |  |
|--|
| • <b>Elaborar el Proyecto de Ley Postal</b>              |
| • <b>Elaborar la reglamentación de la Ley Postal</b>     |
| • <b>Elaborar el plan de aplicación de la regulación</b> |

#### 4.4. Modernización de los Servicios y del Operador Designado

La experiencia internacional apunta a que no hay país industrializado sin un sector postal desarrollado; y a que no hay un sector postal desarrollado sin la presencia de un Operador del SPU igualmente fuerte y altamente tecnificado.

La modernización de los servicios es un aspecto que implica muchas etapas, tiempo y recursos y exigen conocimiento y experiencia profesional muy especializada.

De esta manera el PIDEP con relación a la Reforma de los Servicios y del Operador establece la:

- **Elaboración del Plan Estratégico de modernización y expansión de los servicios postales de Correo de Guatemala, S.A.**

#### 4.5. Acciones de corto plazo

El PIDEP es un enfoque de desarrollo del sector postal en el mediano y largo plazo, pero se requiere actuar de inmediato en aspectos urgentes para mejorar la calidad y la capacidad de Correo de Guatemala S. A., y también en necesidades importantes tanto del Ministerio como de la Dirección General de Correos.

- **Acción inmediata de carácter legal**
  - Aclarar las condiciones de la Concesión.
  - Establecer los parámetros de interpretación de los servicios conexos o complementarios que puede prestar el concesionario.
- **Acciones inmediatas de mejoramiento de las operaciones**
  - Organización de los procesos operativos
  - Aumento de la capacidad de operación diaria y mejora de la calidad

#### 4.6. Otras acciones de apoyo a la Reforma

Para orientar las acciones en la reforma del sector, es requisito indispensable la comprensión del tema de SPU y el marco legal en el ambiente de las entidades del Gobierno y de la sociedad.

Para tal efecto será necesario realizar acciones de sensibilización tales como foros, talleres o seminarios acerca de estas materias:

- **Acciones de sensibilización al Gobierno en materia de servicio postal universal**
- **Acciones de sensibilización al Congreso de la República de Guatemala y a la sociedad en materias de reforma postal y marco legal**

## B. CRONOGRAMA DE ACCIONES DEL PLAN – PIDEP GUATEMALA

ACTIVIDADES	Periodo (meses)																													
	2007					2008													2009											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
<b>1. DETERMINACIÓN DEL SPU</b>																														
1.1. Análisis del SPU actual																														
1.2. Estudio del mercado																														
1.3. Modelo para cálculo de costos																														
1.4. Elaboración de propuesta del SPU																														
<b>2. POLÍTICA SECTORIAL</b>																														
2.1. Elaboración de la propuesta																														
<b>3. MARCO LEGAL</b>																														
3.1. Elaboración de Proyecto de Ley																														
3.2. Trámite Legislativo																														
3.3. Elaboración de la Reglamentación																														
3.4. Plan de aplicación de la regulación																														
<b>4. MODERNIZACIÓN DE SERVICIOS Y DEL OPERADOR</b>																														
4.1. Plan de modernización																														
4.2. Trámite de financiamiento del Plan																														
<b>5. ACCIONES A CORTO PLAZO</b>																														
5.1. Acciones inmediatas legales																														
5.2. Acciones inmediatas operativas																														
<b>6. OTRAS ACTIVIDADES</b>																														
6.1. Sensibilización en SPU																														
6.2. Sensibilización en Marco Legal																														

\* Mes uno – Julio de 2007



## COSTOS DE EJECUCIÓN DE ACCIONES DEL PLAN

ACCIONES	Meses de Ejecución	Costo USD Consultor	Costos USD Otros	Costo USD Total
1. DETERMINACIÓN DEL SPU (**)				254.000
2. POLÍTICA SECTORIAL(**)				0
3. MARCO LEGAL(*)				108.000
4. MODERNIZACIÓN DE LOS SERVICIOS				72.000
5. ACCIONES DE CORTO PLAZO(**)				320.000
6. OTRAS ACTIVIDADES				30.000
<b>COSTOS TOTALES</b>		<b>366.000</b>	<b>418.000</b>	<b>784.000</b>
<b>7. RECURSOS DISPONIBLES</b>				
Acciones inmediatas de carácter operativo				320.000
<b>NECESIDADES DE FINANCIAMIENTO PARA LA REFORMA</b>				<b>464.000</b>

(\*) Incluye contratación de apoyos locales;

(\*\*) Grupo multidisciplinario de expertos



## ESTRUCTURA DE ORGANIZACIÓN DE EJECUCIÓN DEL PLAN

