

SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES

ACUERDO por el que se aprueba el Programa Institucional del Servicio Postal Mexicano 2020-2024.

Al margen un sello con el Escudo Nacional, que dice: Estados Unidos Mexicanos.- COMUNICACIONES.- Secretaría de Comunicaciones y Transportes.

JORGE ARGANIS DÍAZ LEAL, Secretario de Comunicaciones y Transportes, con fundamento en los artículos 26 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 36 de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal; 22, 24, 27, 29 y 32 de la Ley de Planeación; 47, 48, 49 y 59, fracción II, de la Ley Federal de las Entidades Paraestatales; 5, fracción I, del Reglamento Interior de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, y

CONSIDERANDO

Que mediante Decreto publicado en el Diario Oficial de la Federación el 12 de julio de 2019 se aprobó el Plan Nacional de Desarrollo 2019-2024, el cual está conformado por doce Principios Rectores, tres Ejes Generales y la Visión hacia 2024, los cuales definen las prioridades del desarrollo integral, equitativo, incluyente, sustentable y sostenible que persigue el país, y los logros que se tendrán en 2024;

Que el 2 de julio de 2020 se publicó en el Diario Oficial de la Federación el Decreto por el que se aprueba el Programa Sectorial de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes 2020-2024;

Que el Programa Institucional del Servicio Postal Mexicano 2020-2024, se encuentra alineado al Plan Nacional de Desarrollo 2019-2024, a través del Eje 3: Economía, debido a que el Servicio Postal Mexicano presta un servicio público que contribuye al bienestar general de la población, y a 4 principios rectores, que son Economía para el bienestar, el Mercado no sustituye al Estado, por el bien de todos, primero los pobres y no dejar a nadie atrás, no dejar a nadie fuera, así mismo a promover la economía del país, a través de la entrega de mercancías derivadas del comercio electrónico, a toda la población;

Que el Programa Institucional se encuentra alineado al Programa Sectorial de la SCT 2020-2024 con lo establecido en el objetivo 3; que indica: Promover la cobertura, el acceso y el uso de servicios postales, de telecomunicaciones y radiodifusión, en condiciones que resulten alcanzables para la población, con énfasis en grupos prioritarios y en situación de vulnerabilidad, para fortalecer la inclusión digital y el desarrollo tecnológico;

Que de conformidad con los artículos 47, 48, 49 y 59, fracción II, de la Ley Federal de las Entidades Paraestatales, 3, fracción II del Decreto de Creación, para su desarrollo y operación, las entidades paraestatales deberán sujetarse a la Ley de Planeación, al Plan Nacional de Desarrollo, a los Programas Sectoriales derivados del mismo, y formular sus Programas Institucionales, a través de su Director General quien lo someterá a aprobación de su Órgano de Gobierno;

Que el Programa Institucional se emite, en cumplimiento con las facultades y obligaciones establecidas en el artículo 17, fracción II de la Ley de Planeación, 8, fracciones I y II del Decreto por el que se crea el Organismo Descentralizado denominado Servicio Postal Mexicano; artículo 8, fracciones I y II del Estatuto Orgánico del Servicio Postal Mexicano;

Que en la en la Segunda Sesión Ordinaria número 135^a, celebrada el dos de septiembre de dos mil veinte, se presentó el Programa Institucional del Servicio Postal Mexicano 2020-2024, el cual fue aprobado mediante Acuerdo número II.9.2020. La Junta Directiva aprueba el Programa Institucional del Servicio Postal Mexicano por el periodo 2020-2024, presentado por su Directora General y se le instruye para que realice las gestiones necesarias para la aprobación del titular de la dependencia coordinadora de sector, así como realizar las modificaciones al programa que éste le requiera y su posterior publicación en el Diario Oficial de la Federación, la cual deberá realizarse dentro del plazo de tres meses a partir de la publicación del Programa Sectorial de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes. Con fundamento en los artículos 48, 49 y 58, fracción II de la Ley Federal de las Entidades Paraestatales, 17 fracción II, 24, 29 tercer párrafo, 31 segundo párrafo de la Ley de Planeación, 8 fracción II del Decreto por el que se crea el Organismo Descentralizado denominado Servicio Postal Mexicano, 8 fracción II del Estatuto Orgánico del Servicio Postal Mexicano y numerales 4 inciso d), 5, 33 y 34 de los criterios para elaborar, dictaminar, aprobar y dar seguimiento a los programas derivados del Plan Nacional de Desarrollo 2019-2024;

Que el Servicio Postal Mexicano, entidad de la administración pública paraestatal sectorizada a la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, elaboró su Programa Institucional 2020-2024, por lo que, conforme al artículo 29, párrafo tercero, de la Ley de Planeación, sometió a la consideración de esta Coordinadora Sectorial a mi cargo su respectivo Programa para su aprobación y difusión, por lo que he tenido a bien emitir el siguiente:

ACUERDO POR EL QUE SE APRUEBA EL PROGRAMA INSTITUCIONAL DEL SERVICIO POSTAL MEXICANO 2020-2024

ARTÍCULO PRIMERO. Se aprueba y da a conocer el Programa Institucional 2020-2024 del Servicio Postal Mexicano, entidad de la Administración Pública Paraestatal sectorizada a la Secretaría de Comunicaciones y Transportes.

ARTÍCULO SEGUNDO. El Servicio Postal Mexicano, entidad de la administración pública paraestatal sectorizada a la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, a cargo del programa institucional antes señalado deberá sujetarse a la Ley de Planeación, al Plan Nacional de Desarrollo 2019-2024 y al Programa Sectorial de Comunicaciones y Transportes 2020-2024;

ARTÍCULO TERCERO. El Servicio Postal Mexicano, entidad de la administración pública paraestatal sectorizada a la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, en los términos de las disposiciones jurídicas aplicables, dará seguimiento a la implementación de las acciones y al cumplimiento de los objetivos establecidos en el Programa Institucional antes mencionado.

TRANSITORIO

ÚNICO.- El presente Acuerdo entrará en vigor el día de su publicación en el Diario Oficial de la Federación.

Ciudad de México, a 24 de septiembre de 2020.- El Secretario de Comunicaciones y Transportes, **Jorge Arganis Díaz Leal.**- Rúbrica.

**PROGRAMA INSTITUCIONAL DEL SERVICIO POSTAL MEXICANO
2020-2024****1.- Índice**

- 1.- Índice
- 2.- Fundamento normativo de elaboración del programa
- 3.- Siglas y acrónimos
- 4.- Origen de los recursos para la instrumentación del Programa
- 5.- Análisis del estado actual
- 6.- Objetivos prioritarios
 - 6.1.- Relevancia del Objetivo prioritario 1: Garantizar la prestación del servicio postal en condiciones que resulten alcanzables para la población, con énfasis en grupos prioritarios en zonas de alta y muy alta marginación.
 - 6.2.- Relevancia del Objetivo prioritario 2: Modernizar al Servicio Postal Mexicano para garantizar el derecho al servicio público de correos y lograr que se constituya en actor relevante de economía la nueva digital
 - 6.3.- Relevancia del Objetivo prioritario 3: Diversificar la cartera de servicios para incrementar la participación en el mercado
 - 6.4.- Vinculación de los Objetivos prioritarios del Programa Institucional del Servicio Postal Mexicano 2020-2024 con el Programa Sectorial de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes 2020-2024
- 7.- Estrategias prioritarias y Acciones puntuales
- 8.- Metas para el bienestar y Parámetros
- 9.- Epílogo: Visión hacia el futuro

2.- Fundamento normativo de elaboración del programa**Legislación Nacional.**

El Programa Institucional se elaboró con fundamento en lo dispuesto por los artículos 26 apartado A y 134 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 2, 3, 4, 9, 12, 13, 14 fracción II del artículo 17, 24 y 29 de la Ley de Planeación; y 9 y 36 de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, 47, 48 y 49 de la Ley Federal de las Entidades Paraestatales, y la Ley Federal de Presupuesto y Responsabilidad Hacendaria, en los criterios que establece para la elaboración y aprobación de la Ley de Ingresos y el Presupuesto de Egresos de la Federación, la Ley del Servicio Postal Mexicano, la Ley para impulsar el incremento sostenido de la productividad y la competitividad de la economía nacional, la Normatividad para los Programas derivados del PND 2019-2024, el Servicio Postal Mexicano presenta el Programa Institucional 2020-2024.

La entidad responsable de coordinar la publicación, ejecución y seguimiento del presente Programa es el Organismo Público Descentralizado denominado Servicio Postal Mexicano, (SEPOMEX) el cual tiene por objeto todo lo relativo a la prestación del servicio público de correos, que es una actividad estratégica que se encuentra reservada en forma exclusiva al Estado en los términos de los Artículos 25 y 28 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

En el año 1986, mediante decreto presidencial, se creó el Organismo descentralizado denominado Servicio Postal Mexicano como respuesta a la necesidad de modernizar las prácticas operativas y administrativas en busca de una mayor productividad en la prestación de los servicios de comunicación. El Organismo cuenta con personalidad jurídica y patrimonio propio, dentro de la Administración Pública Federal.

El Decreto por el que se crea el Organismo Descentralizado estableció en su articulado que el correo es una actividad estratégica, que se encuentra reservada en forma exclusiva al Estado en los términos de los Artículos 25 y 28 de la Constitución. Por su parte, la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal instituyó a la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT) como la autoridad competente en relación con el servicio de correos.

La Ley del Servicio Postal Mexicano, promulgada el 24 de diciembre de 1986, en sus artículos 8, 9 y 10 garantiza la inviolabilidad y el secreto de la correspondencia. En el artículo cuarto se establece que:

El Gobierno Federal, por conducto del Organismo, tendrá a su cargo la recepción, transportación y entrega de la correspondencia, así como de los servicios diversos de recepción, transportación y entrega de envíos distintos a la correspondencia a que se refiere el artículo 2o., por sí o a través de asociaciones públicas o privadas aprovechando el uso de Tecnología de la Información y Comunicación (TIC). De igual forma, tendrá a su cargo la planeación, establecimiento, conservación, operación, organización y administración de los servicios diversos contenidos en esta Ley.

Derecho a la Comunicación

La Organización de las Naciones Unidas (ONU) reconoció la importancia de la información como instrumento para el mejor conocimiento y comprensión entre los pueblos, a través de la aprobación y proclamación de la Declaración Universal de los Derechos Humanos, el 10 de diciembre de 1948. En esta declaración se estableció que todo individuo tiene el derecho a comunicación veraz, objetiva e imparcial, así como a la oportunidad de expresarse libremente a través de diferentes medios.

La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, en su Declaración de noviembre de 1978, señala que "El acceso del público a la información debe garantizarse mediante la diversidad de las fuentes y de los medios de información que disponga, permitiendo así a cada persona verificar la exactitud de los hechos y fundar objetivamente su opinión sobre los acontecimientos. En este orden de ideas, el Organismo desempeña un papel relevante al habilitar el envío y recepción de información, bienes y servicios entre la población de todo el país, y con el mundo.

Dentro del marco jurídico que engloba el derecho de la comunicación en México, destacan los artículos 1, 2, 6, 7, 16, 28 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, que refieren: a) que todas las personas gozarán de los derechos humanos reconocidos en esta Constitución y en los tratados internacionales de los que el Estado Mexicano sea parte; b) el derecho a la información será garantizado por el Estado; c) extender la red de comunicaciones que permita la integración de las comunidades, mediante la construcción y ampliación de vías de comunicación y telecomunicación; d) las comunicaciones privadas son inviolables, y e) el correo es un área estratégica exclusiva del Estado. Este marco jurídico se complementa por los tratados internacionales que México se ha suscrito, de entre los cuales destaca, en materia postal, el Convenio Postal Universal.

Marco Internacional

Con el objetivo de incrementar las comunicaciones entre los pueblos y contribuir al éxito de los fines de colaboración internacional por medio de un eficaz funcionamiento de los servicios postales, se suscribió el Convenio Postal Universal por el Estado Mexicano.

Para este fin, bajo la denominación de Unión Postal Universal (UPU), se constituyó un solo territorio postal para el intercambio recíproco de envíos de correspondencia, del cual México es país miembro.

La UPU es un Organismo especializado de las Naciones Unidas. Es el principal foro para la cooperación entre gobiernos, entidades postales y otros actores del sector postal internacional. Entre otras cosas, facilita el contacto entre sus miembros y el establecimiento de reglas para los intercambios internacionales de correo de forma segura y eficiente, así como la formulación de recomendaciones para estimular el crecimiento del sector y la mejora de los servicios para los usuarios. En este contexto, la obligación de cobertura y asequibilidad de los servicios postales básicos del Servicio Postal Universal recae en el Servicio Postal Mexicano, operador designado ante la UPU.

3.- Siglas y acrónimos

CONAMER.-	Comisión Nacional de Mejora Regulatoria.
DENUE.-	Directorio Estadístico de Unidades Económica.
INEGI.-	Instituto Nacional de Estadística y Geografía.
MIPYMES.-	Micro, Pequeña y Mediana Empresas.
ONU.-	Organización de las Naciones Unidas.
PND.-	Plan Nacional de Desarrollo.
SSC.-	Subsecretaría de Comunicaciones.
SCT.-	Secretaría de Comunicaciones y Transportes.
SEPOMEX.-	Servicio Postal Mexicano.
TIC.-	Tecnología de la Información y Comunicación.
UPU.-	Unión Postal Universal.

4.- Origen de los recursos para la instrumentación del Programa

La totalidad de las acciones que se consideran en este Programa, incluyendo aquellas correspondientes a sus Objetivos prioritarios, Estrategias prioritarias y Acciones puntuales, así como las labores de coordinación interinstitucional para la instrumentación u operación de dichas acciones y el seguimiento y reporte de las mismas, se realizarán con cargo al presupuesto autorizado de los ejecutores de gasto participantes en el Programa, mientras éste tenga vigencia.

5.- Análisis del estado actual

El Servicio Postal Mexicano desempeña un papel relevante en el sector de correspondencia, paquetería y mensajería en México. Cuenta con una cobertura de más del 96% de la población y en 2019 transportó más de 446 millones de piezas. Pese a su red logística y a su gran capacidad operativa, el potencial del Organismo para contribuir al desarrollo nacional está desaprovechado.

En este Programa Institucional se presenta el estado actual del sector postal, así como de la contribución que podrá tener El Servicio Postal Mexicano al nuevo modelo de desarrollo promovido por esta administración.

El sector postal, así como el envío y recepción de mensajería y paquetería, ha sufrido una transformación radical en los últimos años. Los cambios tecnológicos, así como los nuevos hábitos de consumo y de comunicación de la población, han implicado que el sector tenga que redefinirse para responder a las necesidades del mercado.

El desarrollo de las telecomunicaciones ha tenido un papel muy relevante en esta transformación. Las nuevas posibilidades de comunicación, como el correo electrónico y las redes sociales, han reducido la necesidad de envíos físicos de información.

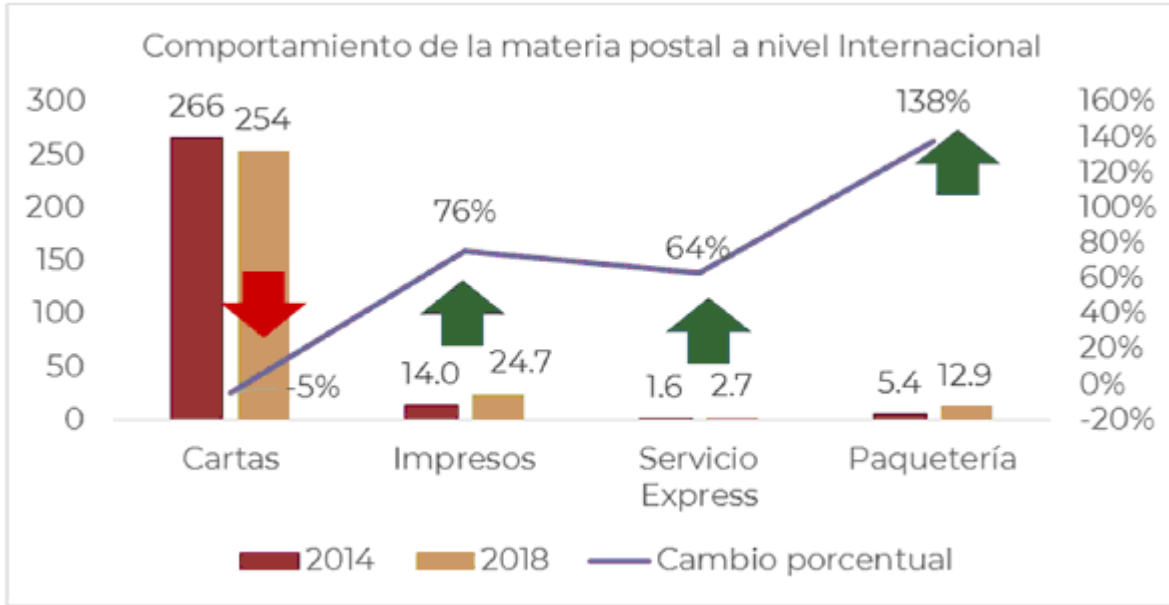
Estos desarrollos tecnológicos han impactado en los hábitos de consumo de la población, generando un incremento en el comercio electrónico de bienes y servicios. Por lo anterior, los consumidores han optado por realizar una parte cada vez más significativa de sus consumos a través de plataformas virtuales, lo que requiere redes sofisticadas para el envío de millones de paquetes al año.

Para poder insertarse en el entorno actual, SEPOMEX debe adaptarse. El compromiso de esta administración es gestionar lo necesario para que se dote al Organismo de los elementos imprescindibles para mejorar su operación y robustecerlo financieramente.

Entorno Internacional

En el 2018 el número de piezas de los servicios de cartas, impresos, paquetería y servicio *express* que manejaron los operadores designados en todo el mundo fue de 294 mil millones. Esta cifra refleja un incremento del 2%¹ en comparación con 2014. Este crecimiento moderado resulta de la combinación de diversas tendencias. En particular, se observa una caída del 5% en el servicio de cartas y un aumento en los servicios de impresos, servicio *express* y paquetería, este último registró un crecimiento de 138% en el periodo. En la siguiente gráfica se observa el detalle por tipo de envío.

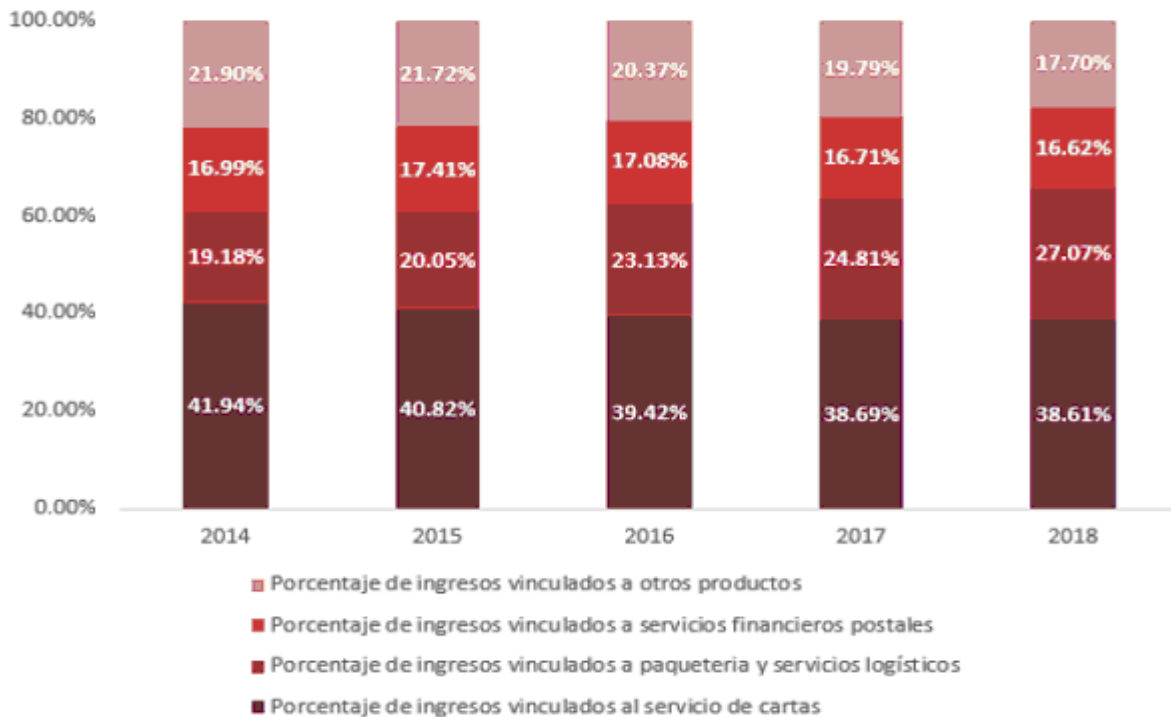
Gráfica 1 Comportamiento de la materia postal a nivel internacional



Fuente: Estimaciones Globales o Regionales de la Unión Postal Universal

En relación con los ingresos, se aprecia una tendencia creciente. En la siguiente gráfica se puede apreciar el comportamiento por línea de negocio.

Gráfica 2 Ingresos de operadores postales a nivel internacional



Fuente: Estimaciones Globales o Regionales de la Unión Postal Universal

Como puede apreciarse, los cambios en la configuración de los ingresos han sido muy relevantes. Entre las principales conclusiones, destacan:

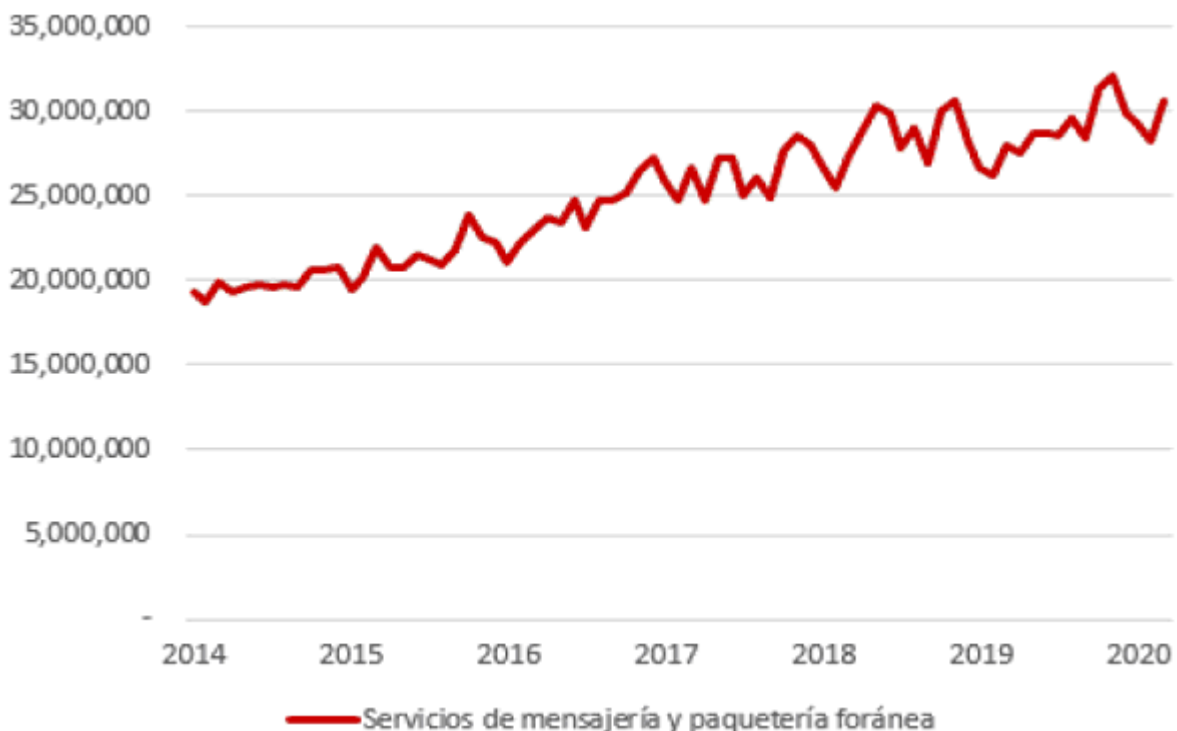
- El porcentaje de los ingresos vinculados al servicio de cartas se redujo 8%
- El porcentaje de los ingresos vinculados a paquetería y servicios logísticos creció 41%
- El porcentaje de los ingresos vinculados a otros productos se redujo en 19%

Esta tendencia continuará haciéndose más clara en el tiempo, con un crecimiento sostenido de los ingresos vinculados a paquetería y servicios logísticos. Se estima que para el año 2040 el 95% de las compras se realizarán en línea

Entorno Nacional

En México, el sector mensajería y paquetería ha crecido los últimos años de manera constante. En la siguiente gráfica se puede apreciar el comportamiento del sector, con base en información de la Encuesta Mensual de Servicios, publicada por el INEGI².

Gráfica 3 Tamaño del sector de mensajería y paquetería en México



Fuente: Encuesta Mensual de Servicios del INEGI

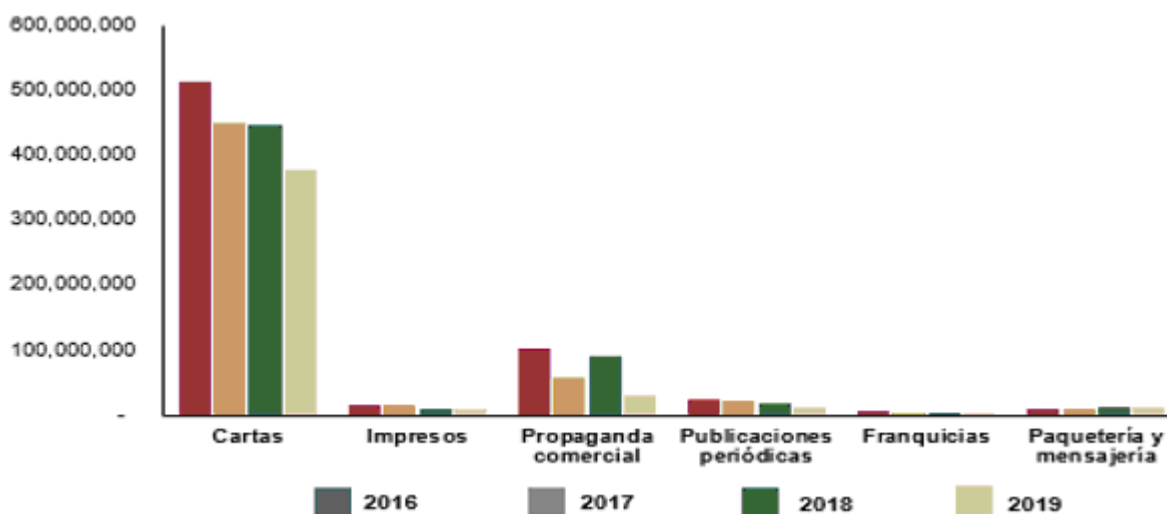
Es importante aclarar que la tendencia que se muestra en la gráfica anterior hace referencia al mercado de mensajería y paquetería en su totalidad para México, es decir, el valor de la prestación de los servicios que incluye al sector privado.

En México, de manera similar a lo que ocurre en el resto del mundo, se aprecia una recomposición de los envíos, mientras la correspondencia tradicional se ha reducido de manera significativa, se aprecia un incremento en los envíos relacionados con paquetería.

En la siguiente gráfica se muestra en detalle la composición de los envíos sólo para SEPOMEX, por tipo. Como se puede apreciar, las cartas, impresos, propaganda comercial, publicaciones periódicas y franquicias han mostrado una reducción continua en el tiempo. Sólo se observa un crecimiento en el envío de paquetería y mensajería en México. Si bien representan, en número de piezas, una proporción menor del total de los envíos, en esta parte del mercado radica el potencial a futuro del Organismo.

² Información a marzo de 2020

Gráfica 4 Tipos de envíos realizados por SEPOMEX



Fuente: Elaboración propia, 2020

Adicionalmente, es importante reconocer que los esfuerzos del Organismo se concentran en la actualidad en atender clientes corporativos. El 76% de las piezas recibidas, corresponden a clientes corporativos, mientras que el 59% de los ingresos derivan de este tipo de clientes. Esto implica riesgos importantes en el flujo de ingresos, ya que los clientes corporativos fácilmente pueden reducir sus envíos, impactando la estabilidad financiera del Organismo. Por otra parte, los envíos de corporativos se concentran en el envío de cartas (estados de cuenta, etc.) que presentan una tendencia decreciente. Por lo anterior, se considera conveniente robustecer el mercado de envíos individuales, y en particular, de aquellos vinculados a paquetería.

El cambio observado en la composición de los envíos significa retos y oportunidades. La adopción de nuevas tecnologías por parte de la población supondrá la creación de nuevos mercados en los que México tendrá participación y seguirá posicionándose como un actor relevante. El principal sector que deberá atenderse es el relacionado con el comercio electrónico.

Es probable que la adopción del comercio electrónico continúe siendo desigual en México, con una mayor participación en las localidades con mayores habitantes y con menores niveles de marginación.

Actualmente, el comercio electrónico se concentra en los centros urbanos y en los deciles más altos de ingresos. El principal reto de SEPOMEX consiste en convertirse en un elemento habilitador del comercio electrónico para todos, pero con énfasis en las poblaciones rurales de México, mismas que fueron olvidadas en administraciones anteriores.

La población que habita en localidades rurales con frecuencia no tiene acceso a empresas privadas que puedan ofrecer servicios de entrega y recepción de paquetería, por lo que dependen casi en su totalidad de los servicios ofrecidos por el Servicio Postal Mexicano. Esas empresas privadas centran su cobertura e infraestructura en las localidades con mayor capacidad de consumo, que suelen ser las más rentables. Así, las localidades con menores ingresos, que suelen estar ubicadas en zonas remotas y de difícil acceso, no son cubiertas por el mercado.

De esas comunidades, aproximadamente 1,967 municipios son atendidos de manera exclusiva por SEPOMEX. Es decir, hay 29.6 millones de personas, cuya única opción de acceso al envío y a la recepción de correspondencia, paquetería y mensajería, es el Servicio Postal Mexicano.

En el siguiente mapa, se muestra la ubicación de los operadores privados³. Como puede apreciarse, su cobertura en el territorio nacional es limitada. Se ubican principalmente en las localidades con mayor tamaño poblacional. La presencia de estos operadores en comunidades rurales es prácticamente inexistente.

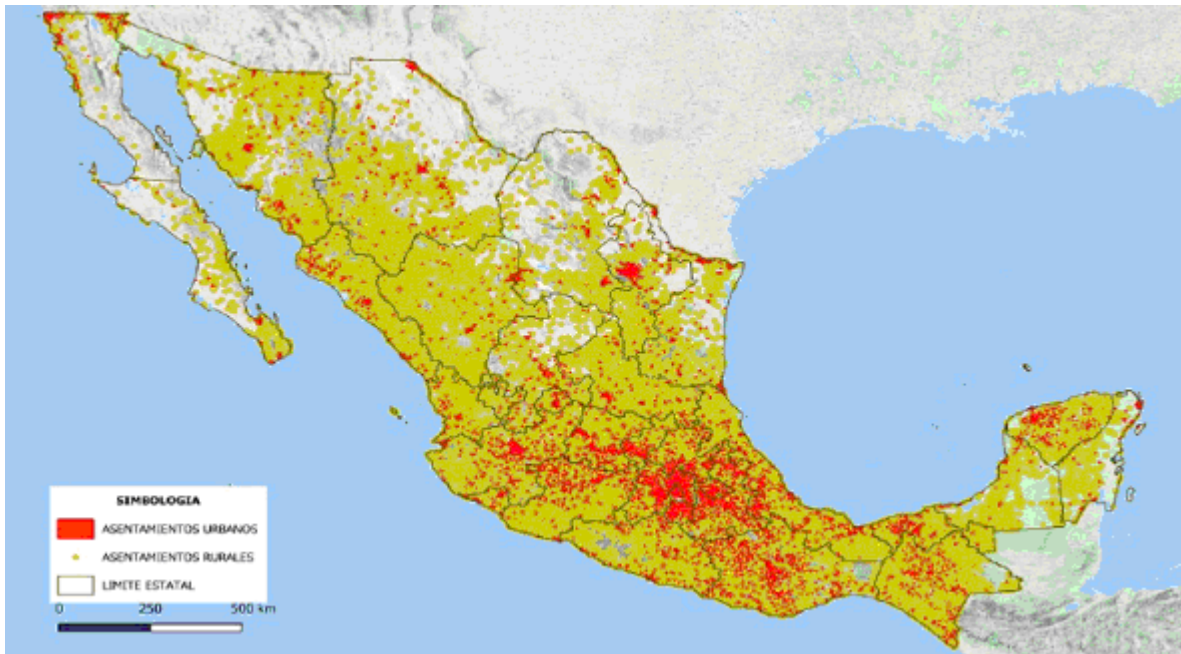
³ Información del Directorio Nacional de Unidades Económicas del INEGI.

Mapa 1 Ubicación de operadores privados



En el siguiente mapa se puede apreciar la cobertura de SEPOMEX, a partir de los asentamientos en los que existe reparto o presencia de oficinas con atención al público.

Mapa 2 Cobertura de SEPOMEX



La cobertura de SEPOMEX alcanza 107 millones de personas en más de 86 mil localidades⁴.

Si bien SEPOMEX cuenta con una red de distribución muy robusta, actualmente son pocos los paquetes que se envían a localidades rurales. En 2019, sólo el 0.3% de los paquetes tuvieron como destino localidades rurales. Sin embargo, se aprecia una tendencia de crecimiento acelerado. Entre 2016 y 2019, los paquetes enviados a comunidades rurales crecieron en 72%, alcanzando un total de 33 mil paquetes, lo que refleja una tasa de crecimiento muy por encima del total de la materia postal enviada, misma que cayó 34% en el mismo periodo.

⁴ Calculada con datos de los asentamientos humanos cubiertos por SEPOMEX a junio de 2020.

Lo anterior, refleja un cambio importante en la composición de la demanda de estos servicios.

Como puede apreciarse, existe una importante área de oportunidad para el Servicio Postal Mexicano relacionada con el comercio electrónico, como impulsor del desarrollo local, particularmente en localidades rurales. Es difícil exagerar el potencial de desarrollo social y económico que SEPOMEX puede desempeñar en este contexto. Al contar con la mayor cobertura de servicios en la actualidad, puede fungir como un motor de inclusión para las zonas rurales y marginadas que, por su bajo nivel adquisitivo, no son atendidas por el mercado.

Para esto, es necesario dotar a SEPOMEX de infraestructura, sistemas y recursos en general. Así, SEPOMEX podrá contribuir de manera decidida al cumplimiento de los Principios Rectores establecidos en el Plan Nacional de Desarrollo 2019-2024, mismos que se detallan más adelante, pero que incluye: Economía para el bienestar; El mercado no sustituye al Estado; Por el bien de todos, primero los pobres y no dejar a nadie atrás, no dejar a nadie fuera.

Situación del Servicio Postal Mexicano

La operación actual de SEPOMEX requiere una transformación radical. Es necesario modernizar al Organismo y dotarlo de recursos para modernizar su operación. Sólo así, podrá convertirse en un factor de desarrollo e inclusión para las poblaciones vulnerables del país, contribuyendo al cumplimiento de los principios rectores del Gobierno de México.

SEPOMEX se encuentra en una situación financiera precaria. En los últimos años, los ingresos propios que se generan a través de la venta de productos y servicios no han sido suficientes para hacer frente a los gastos totales, por lo que ha sido necesario realizar gestiones ante la SCT y la SHCP para recibir apoyos fiscales y poder cubrir los gastos de nómina, servicios básicos y pago a proveedores.

En la siguiente gráfica se puede observar el comportamiento de los ingresos y gastos que se han tenido en el periodo 2013-2019 y, consecuentemente, el apoyo recibido por concepto de transferencias fiscales (Resultado de Operación).

Gráfica 5 Comportamiento de ingresos y egresos



Fuente: Dirección Corporativa de Administración y Finanzas del Servicio Postal Mexicano

Al no contar con un flujo de efectivo que permita cubrir los compromisos de gasto adquirido, se genera un desgaste administrativo importante. El mayor impacto radica sobre la planeación del gasto, ya que se vuelve muy complicado destinar recursos a modernización de sistemas y procesos, así como de la infraestructura esencial para el Organismo.

Se identifican 8 retos que deben ser atendidos de manera prioritaria:

1. **Infraestructura:** Es necesaria la modernización de la infraestructura con la que opera SEPOMEX. Los bienes muebles e inmuebles, así como los vehículos, requieren inversiones significativas. Es necesario que se dote de recursos suficientes al correo a fin de que pueda cumplir con el nivel de servicio de acuerdo con los compromisos comerciales establecidos.

2. **Procesos Operativos:** Los procesos con los que se opera deben ser revisados. La operación responde, en buena medida, a lógicas inerciales. Ante la reconfiguración de los envíos hacia paquetería, es necesario el replanteamiento de los procesos generales y específicos. SEPOMEX debe ser capaz de brindar los servicios que la población demanda. En un mundo globalizado, deben ofrecerse servicios acordes a los estándares internacionales.
3. **Sistemas:** Es necesaria la reestructuración de los sistemas con los que opera el Organismo. Actualmente, se opera con base en diversos sistemas independientes, muchos de los cuales no son propiedad del Correo. Es indispensable renovar los sistemas, a fin de que éstos se adapten a las necesidades del proceso operativo y brinden la información necesaria para dar trazabilidad a la materia postal.
4. **Equipamiento y periféricos:** La revisión de los procesos y sistemas debe venir acompañada de equipos periféricos que aseguren la prestación del servicio conforme a estándares de calidad. Las oficinas, centros de clasificación, etc. deben contar con equipo que permita el seguimiento de las piezas y la correcta operación, conforme a los procesos acordados.
5. **Visibilidad y disponibilidad de información:** La sociedad demanda información oportuna, confiable y precisa sobre sus envíos. Asimismo, para la operación de SEPOMEX, es necesario contar con información que retroalimente la operación, generando mejoras continuas basadas en evidencia.
6. **Modernización de servicios:** Los servicios actuales deben enfocarse a las nuevas dinámicas del mercado. La configuración de servicios y tarifas debe responder de manera clara y directa a las necesidades de la población.
7. **Recursos humanos:** Fortalecer el capital humano del Servicio Postal Mexicano, a través de capacitación, revisión de incentivos y las medidas que se consideren oportunas.
8. **Información estadística:** Generar información oportuna y veraz, que contribuya a optimizar la toma de decisiones para mejorar los niveles de servicio.

Etapas 1 Estabilización

En esta primera etapa, se busca el establecimiento de mecanismos de control de los recursos del Organismo, con la finalidad de incrementar los ingresos y optimizar el ejercicio del gasto.

Las actividades que se llevarán a cabo son, entre otras:

- Regulación y calendarización del flujo de efectivo: Contar con el presupuesto requerido desde el inicio de año, lo que permitirá que el Organismo pueda operar adecuadamente y ejercer sin restricciones sus funciones de planeación.
- Revisión de precios: Se revisarán las tarifas vigentes, con el propósito de incrementar los ingresos del Organismo.
- Regulación de contratos: Se establecerá un procedimiento para agilizar la celebración de los contratos con los sectores público y privado.
- Control de gasto: Se tomará en cuenta las medidas de austeridad que emita la Administración Pública Federal buscando optimizar los recursos presupuestales disponibles.

Etapas 2 Modernización

En esta etapa se buscará modernizar la infraestructura, los procesos y los sistemas que integran la red postal. Al mismo tiempo, se buscará robustecer las capacidades del personal.

Las actividades que se llevarán a cabo son:

- Reingeniería de los procesos de Operación: Mediante una evaluación a detalle de los procesos del Organismo se definirá una propuesta para su reconfiguración, con la finalidad de lograr mejoras en costos, calidad, servicio y rapidez.
- Revisión de bono de productividad: Se revisarán las condiciones del bono de productividad, con el objetivo de incentivar el desempeño de los trabajadores y el nivel de servicio prestado.
- Inversión en las instalaciones prioritarias: Se deberán atender las necesidades más apremiantes en términos de infraestructura en las instalaciones estratégicas operativas.
- Mantenimiento de oficinas: Acciones para dar mantenimiento a las Oficinas Postales, con la finalidad de que estén en condiciones adecuadas para la prestación del servicio.

- Tecnologías de Información y Comunicaciones: Ampliar la disponibilidad de conectividad y equipamiento tecnológico para mejora en la operación.
- Optimizar la operación de las rutas postales: Se revisará con detalle la estructuración de las rutas actuales, matriz origen-destino, frecuencia y volumen, lo anterior, con el objetivo de mejorar los tiempos de entrega de la materia postal.
- Potenciar el capital humano: Se realizarán acciones de capacitación con el objetivo de brindar conocimientos, desarrollar habilidades y mejorar actitudes.
- Modernizar los sistemas informáticos: Se desarrollarán sistemas que permitan la interrelación de los datos contables con los operativos y demás necesidades del Organismo. Es necesario contar con sistemas integrales que den solución a las distintas carencias operativas actuales, y que generen información para la toma de decisiones.

Etapas 3 Crecimiento y Competitividad

En esta etapa se aprovecharán los logros alcanzados en las etapas 1 y 2, lo que permitirá consolidar el cambio del núcleo del negocio, enfocado a la mensajería y paquetería para tener la capacidad de cumplir con las demandas actuales de los clientes, y crecer la cartera de clientes con un enfoque en el comercio electrónico y la prestación de servicios basados en la TIC.

Las actividades que se realizarán son:

- Captación de clientes: Promover la captación de nuevos clientes y dar un seguimiento oportuno a las necesidades de los clientes actuales.
- Rediseño de la cartera de los servicios: Se actualizará la cartera de servicios acorde a las necesidades observadas en el mercado, posicionando al Servicio Postal Mexicano como un Organismo confiable y competitivo. Así, se buscará posicionar los servicios actuales, y promover el desarrollo de nuevos servicios acorde a las necesidades del mercado.
- Creación de nuevos servicios: Se incursionará con servicios para ofertar la distribución y entrega de las mercancías derivadas del comercio electrónico.

Principales cambios esperados

La Dirección General del Servicio Postal Mexicano tiene la encomienda de transformar al Correo y recuperar la confianza de la población, garantizando el derecho a la comunicación vía postal con servicios modernos, y convirtiendo a SEPOMEX en una herramienta del Gobierno de México para contribuir al bienestar de la población.

Para esto, el Programa Institucional, tiene objetivos claros y precisos que deben cumplirse en el corto y mediano plazo. En particular, se busca tener incidencia positiva sobre los niveles de servicio, reduciendo los tiempos de entrega y, en medida de lo posible, eliminando la pérdida de los paquetes. De esta manera, se busca cambiar la percepción de los usuarios del Servicio Postal, mejorando la reputación del Organismo.

A través de estos cambios, el Servicio Postal Mexicano podrá desempeñar su función social de manera efectiva, contribuyendo a la integración de los grupos vulnerables a través de sus redes logísticas. Al habilitar el comercio electrónico como una herramienta al alcance de todos, permitirá a grupos vulnerables y marginados integrarse a la economía digital.

Contribución del Servicio Postal Mexicano al nuevo modelo de desarrollo del PND.

Mediante las acciones descritas en este Programa Institucional, el Servicio Postal Mexicano se suma al llamado a contribuir a la transformación del país. Con la responsabilidad que implica construir un modelo viable de desarrollo para el sector postal, se busca modernizar y transformar al Organismo, a fin de cumplir el mandato constitucional como área estratégica del Estado.

Por lo anterior, el Servicio Postal Mexicano contribuye a lograr los principios establecidos en el Plan Nacional de Desarrollo 2019-2024.

- **Economía para el bienestar:** el Servicio Postal Mexicano será una institución que se modernice y crezca con austeridad y sin corrupción, promoviendo su sostenibilidad financiera a largo plazo. Con ello se genera bienestar y cercanía con la población, al habilitar servicios de comunicación, correspondencia y mensajería para todos.

- **El mercado no sustituye al Estado:** el Servicio Postal Mexicano debe servir a los propósitos nacionales, como brazo logístico del Gobierno y garante del servicio postal universal. SEPOMEX atiende un sector muy relevante de la población que no resulta de interés al mercado. La atención a las comunidades marginadas y vulnerables no puede ni debe responder únicamente a una lógica comercial, sino de servicio público.
- **Por el bien de todos, primero los pobres:** se debe de privilegiar el bien común en apoyo a la población vulnerable. El SEPOMEX debe ser un factor de promoción social y económica. Por eso, mantiene presencia en localidades remotas y marginadas que no resultan financieramente rentables, pero en las que la población depende del servicio público para enviar y recibir paquetes y correspondencia.
- **No dejar a nadie atrás, no dejar a nadie fuera:** SEPOMEX se mantendrá sensible frente a las particularidades sociales, culturales y económicas, regionales y locales, a fin de promover un acceso equitativo a los servicios postales.

El Programa Institucional se encuentra alineado al PND 2019-2024, a través del **Eje 3: Economía**, debido a que el Servicio Postal Mexicano presta un servicio público que contribuye a promover la economía del país, a través de la entrega de mercancías derivadas del comercio electrónico, a toda la población.

6.- Objetivos prioritarios

Para consolidar la modernización en la infraestructura, procesos, sistemas y servicios que ofrece el Servicio Postal Mexicano, se proponen 3 objetivos prioritarios que permitirán robustecer la operación y las finanzas del Organismo. De esta manera, se busca contribuir a la integración de las poblaciones de alta y muy alta marginación a la nueva economía digital.

Objetivos prioritarios del Programa Institucional del Servicio Postal Mexicano 2020-2024
1.- Garantizar la prestación del servicio postal en condiciones que resulten alcanzables para la población, con énfasis en grupos prioritarios en zonas de alta y muy alta marginación.
2.- Modernizar al Servicio Postal Mexicano para garantizar el derecho al servicio público de correos y lograr que se constituya en actor relevante de la nueva economía digital.
3.- Diversificar la cartera de servicios para incrementar la participación en el mercado.

6.1.- Relevancia del Objetivo prioritario 1: Garantizar la prestación del servicio postal en condiciones que resulten alcanzables para la población, con énfasis en grupos prioritarios en zonas de alta y muy alta marginación.

SEPOMEX desempeña una función social de gran relevancia. Al contar con una amplia cobertura de puntos de servicios, así como con una red de distribución extensa, puede prestar servicios a la mayor parte de la población, incluyendo a las poblaciones más aisladas y vulnerables de México. Así, su infraestructura puede convertirse en un motor de desarrollo local para millones de personas, principalmente a través de habilitar el comercio electrónico, tanto para recibir, como para enviar materia postal.

SEPOMEX es el único operador postal con presencia generalizada en poblaciones rurales. De acuerdo con el DENU, menos del 1% de las unidades económicas que tienen registrado el servicio de “Servicios de mensajería y paquetería” tienen presencia en localidades rurales. Lo anterior significa que SEPOMEX es virtualmente el único prestador de servicios en zonas rurales.

Si bien, sólo una fracción menor de la correspondencia y paquetería enviada o entregada tiene como destino u origen comunidades rurales, en estas zonas es donde radica el valor social de SEPOMEX. Al tratarse de mercados no rentables, es necesario contar con un operador postal que asegure la prestación de estos servicios para toda la población.

Es importante destacar que, en el mercado rural, se esperan tasas de crecimiento elevadas de comercio electrónico. Este sector sin duda crecerá en los próximos años y deberá ser atendido de manera adecuada, como parte de la estrategia de desarrollo nacional del país.

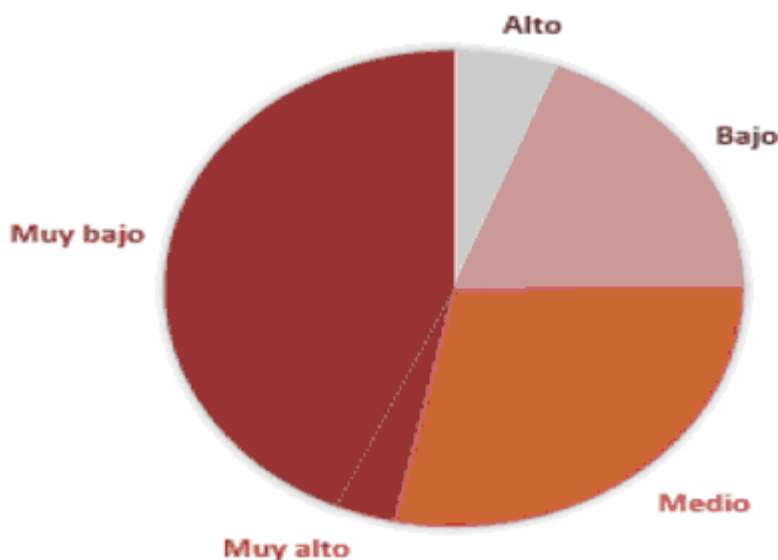
Si bien en la actualidad el comercio electrónico continúa siendo bajo en este tipo de localidades, el crecimiento de los últimos años muestra que existe un importante mercado potencial en estas localidades. En 2019, el 11% de la población que habita en zonas rurales refirió realizar compras por internet, lo que equivale

a cerca de 1.4 millones de personas. Entre 2018 y 2019, el número de usuarios de internet que realizó compras en línea creció casi 58%. Esto refleja la importancia del servicio de Correos de México como impulsor del desarrollo nacional incluyente.

Para atender a las poblaciones en situaciones de vulnerabilidad, no basta tener en mente a las localidades rurales, hay que atender a todas las poblaciones en situación de vulnerabilidad.

En la siguiente gráfica, se muestra el número de oficinas por nivel de marginación. Como puede apreciarse, la mayor parte de éstas se ubica en localidades con niveles de marginación muy bajos, medios y bajos. Sin embargo, el 9% de las oficinas se encuentran en localidades de alta y muy alta marginación.

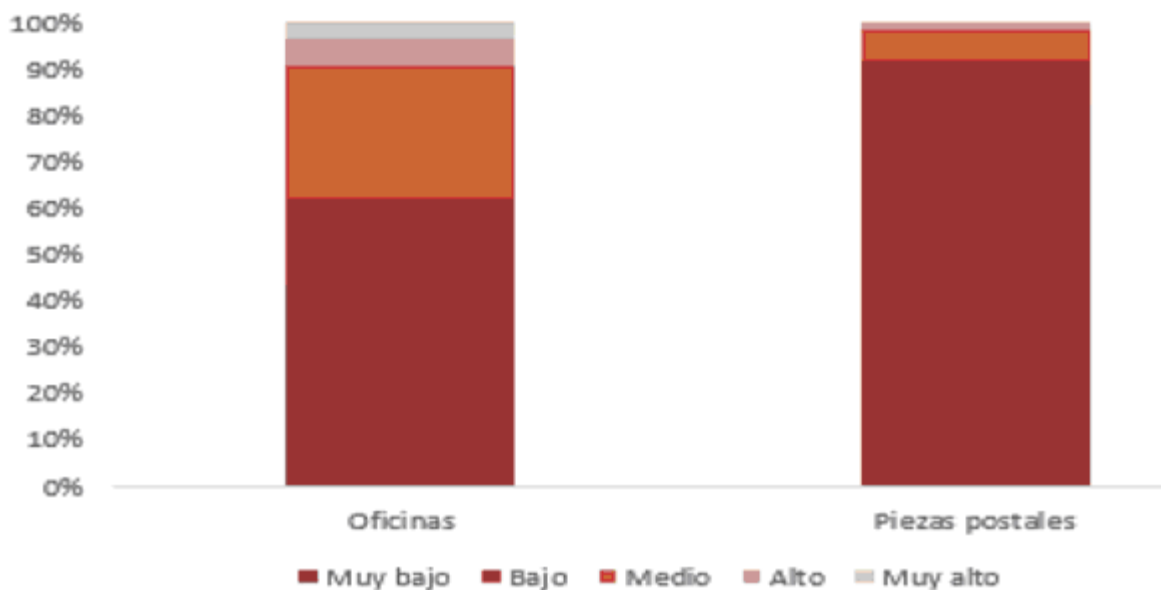
Gráfica 6 Distribución de oficinas por grado de marginación



Fuente: Elaboración propia, 2020

Sin embargo, es importante destacar que actualmente, si bien se cuenta con presencia a través de oficinas postales en diversas localidades de alta y muy alta marginación, la proporción de piezas que se entregan en estas localidades es significativamente menor que en localidades con menores niveles de marginación.

Gráfica 7 Oficinas y piezas por grado de marginación



Fuente: Elaboración propia, 2020

Por lo anterior, es importante promover tanto la cobertura en localidades en donde actualmente no se tiene presencia, como el uso de servicios por parte de la población.

6.2.- Relevancia del Objetivo prioritario 2: Modernizar al Servicio Postal Mexicano para garantizar el derecho al servicio público de correos y lograr que se constituya en actor relevante de economía la nueva digital.

Ante la falta de inversión y de modernización en su infraestructura, el servicio proporcionado por SEPOMEX ha registrado un continuo deterioro en sus procesos operativos, sobre todo para dar atención a las demandas actuales de los usuarios y clientes.

La falta de inversión en infraestructura, sistemas, equipamiento y vehículos, por ejemplo, ha contribuido al deterioro en el nivel de servicios ofrecidos. Los tiempos de entrega comprometidos son superiores a los tiempos registrados. La trazabilidad de la materia postal se puede generar de manera parcial y para una proporción menor de las piezas trabajadas. Los retos operativos son diversos y deben ser atendidos con la seriedad y el compromiso que requieren.

Lo anterior ha tenido diversas repercusiones negativas. En particular, la reputación del Servicio Postal se ha visto afectada por los extravíos y las demoras en las entregas. Los efectos son diversos, destacan:

- a Decremento en el nivel de servicio por la afectación de aspectos de calidad, confiabilidad y eficiencia operativa de los servicios postales.
- b Pérdida de participación en el mercado.
- c Alta dependencia de los ingresos en pocos clientes corporativos.
- d Deterioro de la situación financiera.

Los retos son diversos. La infraestructura en general se encuentra en condiciones precarias. Los inmuebles no han recibido el mantenimiento requerido, el mobiliario no suele ser el adecuado para desempeñar las labores básicas, se carece de dispositivos periféricos y elementos esenciales como conectividad. Los procesos no se han adecuado de manera generalizada a los cambios en la composición de la materia postal.

El parque vehicular es uno de los elementos que requieren mayor inversión. La mayor parte de los vehículos han rebasado su vida útil. Con frecuencia, las demoras en los tiempos de entrega se encuentran asociadas a limitada capacidad de transportación de la materia postal, tanto en rutas primarias y secundarias, como hacia la última milla.

Por otra parte, es necesario revisar los procesos e impulsar el desarrollo y la aplicación de nuevas tecnologías en la recepción, clasificación, distribución y entrega de la materia postal. Para poder brindar los servicios con la calidad que demanda el mercado, es necesario modificar los procesos actuales, adecuándolos a los servicios de comercio electrónico, y dotar a los distintos centros de trabajo del equipamiento y sistemas necesarios para el registro y trazabilidad de la materia postal. Así, podrá asegurarse la entrega de la totalidad de las piezas, y se tendrá información detallada del estatus de los envíos.

El mercado requiere como parte del servicio, que exista trazabilidad de la totalidad de la materia postal. Los usuarios exigen conocer en tiempo real, la ubicación y el estatus de sus envíos. Este tipo de servicios debe proporcionarse, conforme a los más altos estándares de calidad, a toda la materia postal.

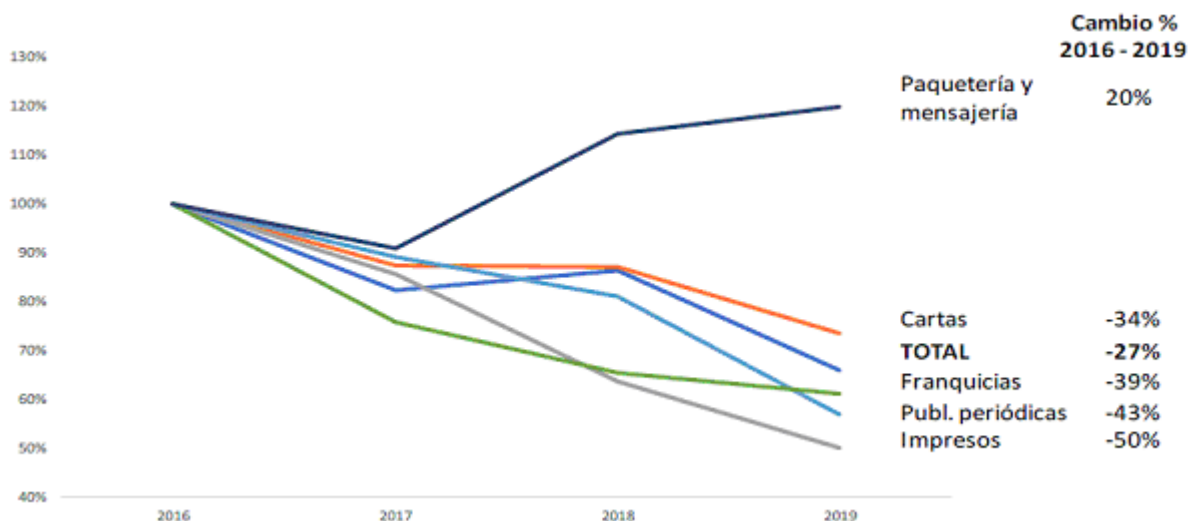
De esta manera, se podrá mejorar la atención al público, la reputación del servicio postal y eventualmente, se podrá incrementar la participación de mercado del servicio postal.

6.3.- Relevancia del Objetivo prioritario 3: Diversificar la cartera de servicios para incrementar la participación en el mercado.

La pieza postal ha cambiado su forma. Ha dejado de ser una carta y se ha convertido en un paquete, los volúmenes de correspondencia tradicional (cartas) han disminuido drásticamente con el avance de las tecnologías, sin embargo, con la explosión de las compras en línea, el paquete adquiere una relevancia creciente.

Como puede apreciarse en la siguiente gráfica, la composición del tipo de envíos ha cambiado de manera significativa. El único tipo de envío que ha crecido en el tiempo es el relacionado con paquetería y mensajería. Dentro de éste, los envíos relacionados con comercio internacional crecieron 71%. El resto de los conceptos registraron una reducción significativa con contracciones de hasta el 50% para "impresos" y de 43% para publicaciones periódicas.

Gráfica 9 Comportamiento de piezas enviadas, 2016 - 2019



Fuente: Elaboración propia, 2020

En este entorno, los operadores postales a nivel internacional están tratando de adaptar sus modelos de negocios, cambiando su enfoque a paquetes, logística y servicios financieros. En México, el Servicio Postal Mexicano ha continuado su operación de manera inercial. Los servicios ofrecidos responden más a inercias históricas que a una estrategia clara de posicionamiento comercial.

Es necesario replantear la cartera de servicios del correo, haciendo posible la incursión en nuevos mercados con una oferta más agresiva, basada en el análisis de tendencias de mercado. El comercio electrónico es un mercado que no ha sido aprovechado en su totalidad, pero existen diversas posibilidades comerciales que deben ser exploradas.

El desarrollo e implementación de estrategias diversas, como la creación de un Marketplace, pueden contribuir a posicionar a SEPOMEX en el mercado nacional. La oferta de servicios debe permitir al Organismo incursionar en el comercio electrónico, aprovechando las ventajas actuales, como la amplia cobertura y los precios competitivos.

En relación con la captación de recursos propios a través de la venta de productos y servicios, es necesario reestructurar los servicios y su tarificación. En particular debe tenerse como prioridad el mercado del comercio electrónico. Las tarifas, no se han actualizado con la periodicidad requerida.

En la siguiente ilustración se muestran las últimas actualizaciones aprobadas.

Ilustración 1 Actualizaciones tarifarias



6.4.- Vinculación de los Objetivos prioritarios del Programa Institucional del Servicio Postal Mexicano 2020-2024 con el Programa Sectorial de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes 2020-2024.

El Programa Institucional se encuentra alineado al Programa Sectorial de la SCT. En particular, se encuentra alineado con lo establecido en el objetivo 3, mismo que se muestra con detalle en la siguiente tabla.

Con este programa se busca garantizar el derecho al servicio postal y contribuir a la integración de la sociedad en la economía digital, utilizando el comercio electrónico como una herramienta de promoción de bienestar económico y social.

Objetivos prioritarios del Programa Institucional del Servicio Postal Mexicano 2020-2024	Objetivos prioritarios del Programa Sectorial de Comunicaciones de Transportes 2020-2024
1.- Garantizar la prestación del servicio postal en condiciones que resulten alcanzables para la población, con énfasis en grupos prioritarios en zonas de alta y muy alta marginación.	3.- Promover la cobertura, el acceso y el uso de servicios postales, de telecomunicaciones y radiodifusión, en condiciones que resulten alcanzables para la población, con énfasis en grupos prioritarios y en situación de vulnerabilidad, para fortalecer la inclusión digital y el desarrollo tecnológico.
2.- Modernizar al Servicio Postal Mexicano para garantizar el derecho al servicio público de correos y lograr que se constituya en actor relevante de la nueva economía digital.	
3.- Diversificar la cartera de servicios para incrementar la participación en el mercado.	

7.- Estrategias prioritarias y Acciones puntuales

Como parte del Programa Institucional, se establecieron 3 objetivos, 10 estrategias prioritarias y 20 acciones puntuales que buscan establecer con precisión la transformación que se deben emprender a fin de transformar al Correo y permitirle alcanzar su potencial como herramienta de transformación social.

Objetivo prioritario 1.- Garantizar la prestación del servicio postal en condiciones que resulten alcanzables para la población, con énfasis en grupos prioritarios en zonas de alta y muy alta marginación.

Estrategia prioritaria 1.1.- Fortalecer los servicios postales para facilitar el uso y acceso a la población.

Acción puntual
1.1.1 Revisar la configuración de las rutas logísticas, a fin de optimizar su cobertura.
1.1.2 Revisar la metodología actual para la estimación de la cobertura de servicios postales.

Estrategia prioritaria 1.2.- Promover los servicios postales en zonas rurales y de alta marginación.

Acción puntual
1.2.1 Proponer un esquema de descuentos para zonas de alta y muy alta marginación.

Objetivo prioritario 2.- Modernizar al Servicio Postal Mexicano para garantizar el derecho al servicio público de correos y lograr que se constituya en actor relevante de la nueva economía digital.

Estrategia prioritaria 2.1.- Optimizar los recursos actuales en infraestructura, sistemas, equipamiento y procesos operativos, para mejorar el nivel de servicio.

Acción puntual
2.1.1. Revisar las instalaciones de los centros operativos para identificar elementos de mejora.
2.1.2. Realizar, en coordinación con la CONAMER, una reingeniería de los macro procesos para mejorar las condiciones de servicio.
2.1.3. Actualizar y difundir los manuales de los procesos operativos.
2.1.4. Mantener la certificación del Sistema de Gestión de Calidad mediante la realización de la certificación por parte de la UPU.
2.1.5. Dotar a los centros operativos de equipos y sistemas informáticos necesarios, para garantizar la prestación del servicio.
2.1.6. Continuar con la atención a la conectividad de las oficinas postales para garantizar la transmisión de la información a los usuarios.
2.1.7. Fortalecer los procesos de localización y seguimiento de la materia postal.

Estrategia prioritaria 2.2.- Mejorar la Información estadística del Organismo, para contribuir a la toma de decisiones de la alta dirección.

Acción puntual
2.2.1. Generar, compilar y ordenar información estadística, asegurando que sea confiable y oportuna.

Estrategia prioritaria 2.3.- Mejorar la seguridad postal para protección de la materia postal.

Acción puntual
2.3.1. Fortalecer la seguridad de materia postal mediante la inspección procurando la protección de los intereses de los usuarios y del Organismo.

Estrategia prioritaria 2.4.- Revisar las condiciones del Convenio de Eficiencia para fortalecer su capital humano.

Acción puntual
2.4.1. Realizar un diagnóstico del convenio de eficiencia, que permita promover la productividad de los trabajadores.

Objetivo prioritario 3.- Diversificar la cartera de servicios para incrementar la participación en el mercado.

Estrategia prioritaria 3.1.- Actualizar las tarifas postales, promoviendo mayores ingresos para el Organismo por la venta de servicios.

Acción puntual
3.1.1 Gestionar la actualización tarifaria.
3.1.2. Difundir las nuevas tarifas.

Estrategia prioritaria 3.2.- Promover la coordinación interinstitucional con otros Organismos Descentralizados dependientes de la SSC, con el propósito de atender las necesidades de la población y contribuir al desarrollo del sector.

Acción puntual
3.2.1 Realizar un análisis para proponer una alianza con algunos Organismos Descentralizados dependientes de la SSC, para el aprovechamiento de su infraestructura con el fin de fortalecer la prestación del servicio.

Estrategia prioritaria 3.3.- Modernizar los servicios y productos actuales, para cumplir con las demandas de todos los sectores de la población.

Acción puntual
3.3.1. Posicionar los servicios actuales de paquetería.
3.3.2. Rediseñar la cartera de servicios con énfasis para la entrega de paquetería y mensajería, enfocados al comercio electrónico.
3.3.3. Mantener e incrementar la actual cartera de clientes, así como, captar nuevos clientes de las MIPYMES.

Estrategia prioritaria 3.4.- Optimizar las gestiones administrativas para el mejoramiento de la prestación del servicio.

Acción puntual
3.4.1 Generar procedimientos ágiles y transparentes para la celebración de contratos y convenios con los clientes.

8.- Metas para el bienestar y Parámetros

Meta 1 para el bienestar del Objetivo prioritario 1

ELEMENTOS DE META DE BIENESTAR O PARÁMETRO							
Nombre	Porcentaje del total de la paquetería nacional e internacional, recibida en localidades de alta y muy alta marginación.						
Objetivo prioritario	Garantizar la prestación del servicio postal en condiciones que resulten alcanzables para la población, con énfasis en grupos prioritarios en zonas de alta y muy alta marginación.						
Definición	Mide el porcentaje total de la paquetería nacional e internacional, recibida en localidades de alta y muy alta marginación, respecto al total de la paquetería nacional e internacional recibida.						
Nivel de desagregación	Nacional	Periodicidad o frecuencia de medición	Anual				
Tipo	Estratégico	Acumulado o periódico	Periódico				
Unidad de medida	Porcentaje	Periodo de recolección de los datos	Enero-Diciembre				
Dimensión	Eficacia	Disponibilidad de la información	Primer bimestre del ejercicio posterior al periodo de observación				
Tendencia esperada	Ascendente	Unidad responsable de reportar el avance	Dirección Corporativa de Planeación Estratégica-Servicio Postal Mexicano				
Método de cálculo	$PTPNIRLM = (PNIROLM/TPNIRO) * 100$ Donde: PTPNIRLM= Porcentaje total de paquetería nacional e internacional, recibida en localidades de alta y muy alta marginación PNIROLM = Paquetes nacionales e internacionales, recibidos en oficinas postales para su entrega en localidades de alta y muy alta marginación TPNIRO= Total de paquetes nacionales e internacionales, recibidos en oficinas postales						
Observaciones	Para la medición, se excluye los paquetes del servicio Mexpost						
APLICACIÓN DEL MÉTODO DE CÁLCULO DE LA META DE BIENESTAR PARA LA OBTENCIÓN DE LA LÍNEA BASE							
Nombre variable 1	Paquetes nacionales e internacionales, recibidos en oficinas postales para su entrega en localidades de alta y muy alta marginación	Valor variable 1	59,512	Fuente de información variable 1	Dirección Corporativa de Planeación Estratégica		
Nombre variable 2	Total de paquetes nacionales e internacionales, recibidos en oficinas postales	Valor variable 2	10,487,932	Fuente de información variable 2	Dirección Corporativa de Planeación Estratégica		
Sustitución en método de cálculo	$PTPNIRLM = (59,512/10,487,932)*100=0.57$						
VALOR DE LÍNEA BASE Y METAS							
Línea base			Nota sobre la línea base				
Valor	0.57						
Año	2019						
Meta 2024			Nota sobre la meta 2024				
1.20							
SERIE HISTÓRICA DE LA META DE BIENESTAR							
2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
ND	ND	ND	ND	0.28	0.54	0.59	0.57
METAS							
2020	2021	2022	2023	2024			
1.00	1.05	1.10	1.15	1.20			

ND No disponible

Parámetro 1 del Objetivo prioritario 1

ELEMENTOS DE META DE BIENESTAR O PARÁMETRO							
Nombre	Porcentaje de la paquetería nacional para su entrega en localidades de alta y muy alta marginación.						
Objetivo prioritario	Garantizar la prestación del servicio postal en condiciones que resulten alcanzables para la población, con énfasis en grupos prioritarios en zonas de alta y muy alta marginación.						
Definición	Mide el porcentaje de la cantidad de paquetes nacionales para su entrega en localidades de alta y muy alta marginación, respecto al total de paquetes nacionales recibidos en oficinas postales.						
Nivel de desagregación	Nacional	Periodicidad o frecuencia de medición	Anual				
Tipo	Gestión	Acumulado o periódico	Periódico				
Unidad de medida	Porcentaje	Periodo de recolección de los datos	Enero-Diciembre				
Dimensión	Eficiencia	Disponibilidad de la información	Primer bimestre del ejercicio posterior al periodo de observación				
Tendencia esperada	Ascendente	Unidad responsable de reportar el avance	Dirección Corporativa de Planeación Estratégica-Servicio Postal Mexicano				
Método de cálculo	$PPNEM = (CPNEM/TPNR) * 100$ Donde: PPNEM= Porcentaje de la paquetería nacional entregados en localidades de alta y muy alta marginación CPNEM= Cantidad de paquetes nacionales entregados en localidades de alta y muy alta marginación TPNR= Total de paquetes nacionales recibidos en oficinas postales						
Observaciones	Para la medición, se excluyen los paquetes del servicio Mexpost						
APLICACIÓN DEL MÉTODO DE CÁLCULO DE LA META DE BIENESTAR PARA LA OBTENCIÓN DE LA LÍNEA BASE							
Nombre variable 1	Cantidad de paquetes nacionales entregados en localidades de alta y muy alta marginación	Valor variable 1	13,248	Fuente de información variable 1	Dirección Corporativa de Planeación Estratégica		
Nombre variable 2	Total de paquetes nacionales recibidos en oficinas postales	Valor variable 2	1,398,990	Fuente de información variable 2	Dirección Corporativa de Planeación Estratégica		
Sustitución en método de cálculo	$PPNEM = (13,248/1,398,990)*100=0.95$						
VALOR DE LÍNEA BASE Y METAS							
Línea base			Nota sobre la línea base				
Valor	0.95						
Año	2019						
Meta 2024			Nota sobre la meta 2024				
2.00							
SERIE HISTÓRICA DE LA META DE BIENESTAR							
2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
ND	ND	ND	ND	ND	0.69	1.07	0.95
METAS							
2020	2021	2022	2023	2024			

1.00	1.25	1.50	1.75	2.00
------	------	------	------	------

ND No disponible

Parámetro 2 del Objetivo prioritario 1

ELEMENTOS DE META DE BIENESTAR O PARÁMETRO							
Nombre	Porcentaje de paquetes de procedencia internacional para su entrega en localidades de alta y muy alta marginación.						
Objetivo prioritario	Garantizar la prestación del servicio postal en condiciones que resulten alcanzables para la población, con énfasis en grupos prioritarios en zonas de alta y muy alta marginación.						
Definición	Mide el porcentaje de paquetes de procedencia internacional para su entrega en localidades de alta y muy alta marginación, respecto al total de paquetes de procedencia internacional recibidos.						
Nivel de desagregación	Nacional	Periodicidad o frecuencia de medición		Anual			
Tipo	Gestión	Acumulado o periódico		Periódico			
Unidad de medida	Porcentaje	Periodo de recolección de los datos		Enero-Diciembre			
Dimensión	Eficiencia	Disponibilidad de la información		Primer bimestre del ejercicio posterior al periodo de observación			
Tendencia esperada	Ascendente	Unidad responsable de reportar el avance		Dirección Corporativa de Planeación Estratégica-Servicio Postal Mexicano			
Método de cálculo	<p style="text-align: center;">$PPIEM = (CPIEM / TPIR) * 100$</p> <p>Donde: PPIEM=Porcentaje de paquetes de procedencia internacional entregados en localidades de alta y muy alta marginación CPIEM = Cantidad de paquetes de procedencia internacional entregados en localidades de alta y muy alta marginación TPIR= Total de paquetes de procedencia internacional recibidos</p>						
Observaciones	Para la medición se consideran pequeños paquetes de procedencia internacional y se excluye el servicio de Mexpost.						
APLICACIÓN DEL MÉTODO DE CÁLCULO DE LA META DE BIENESTAR PARA LA OBTENCIÓN DE LA LÍNEA BASE							
Nombre variable 1	Cantidad de paquetes de procedencia internacional entregados en localidades de alta y muy alta marginación	Valor variable 1	37,887	Fuente de información variable 1	Dirección Corporativa de Planeación Estratégica		
Nombre variable 2	Total de paquetes de procedencia internacional recibidos	Valor variable 2	8,865,524	Fuente de información variable 2	Dirección Corporativa de Planeación Estratégica		
Sustitución en método de cálculo	$PPIEM = (37,887 / 8,865,524) * 100 = 0.43$						
VALOR DE LÍNEA BASE Y METAS							
Línea base				Nota sobre la línea base			
Valor	0.43						
Año	2019						
Meta 2024				Nota sobre la meta 2024			
0.90							
SERIE HISTÓRICA DE LA META DE BIENESTAR							
2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
ND	ND	ND	ND	0.54	0.40	0.45	0.43
METAS							

2020	2021	2022	2023	2024
0.70	0.75	0.80	0.85	0.90

ND No disponible

Meta 1 para el bienestar del Objetivo prioritario 2

ELEMENTOS DE META DE BIENESTAR O PARÁMETRO							
Nombre	Porcentaje de trazabilidad del total de piezas recibidas.						
Objetivo prioritario	Modernizar al Servicio Postal Mexicano para garantizar el derecho al servicio público de correos y lograr que se constituya en actor relevante de la nueva economía digital.						
Definición	Mide el porcentaje de la materia postal con trazabilidad sobre el total de las piezas recibidas.						
Nivel de desagregación	Nacional	Periodicidad o frecuencia de medición	Anual				
Tipo	Gestión	Acumulado o periódico	Periódico				
Unidad de medida	Porcentaje	Periodo de recolección de los datos	Enero a Diciembre				
Dimensión	Eficiencia	Disponibilidad de la información	Primer bimestre del ejercicio posterior al periodo de observación				
Tendencia esperada	Ascendente	Unidad responsable de reportar el avance	Coordinación General de Logística y Operación-Servicio Postal Mexicano				
Método de cálculo	$PT = (MPT/TMPA_t) * 100$ Donde: PT= Porcentaje de Trazabilidad MPT= Materia postal con trazabilidad $TMPA_t$ = Total de la materia postal del año t t= Año de observación						
Observaciones	La materia postal se refiere a la correspondencia y envíos.						
APLICACIÓN DEL MÉTODO DE CÁLCULO DE LA META DE BIENESTAR PARA LA OBTENCIÓN DE LA LÍNEA BASE							
Nombre variable 1	Materia postal con trazabilidad	Valor variable 1	28,953,837	Fuente de información variable 1	Coordinación General de Logística y Operación		
Nombre variable 2	Total de la materia postal del año 2019	Valor variable 2	415,724,563	Fuente de información variable 2	Coordinación General de Logística y Operación		
Sustitución en método de cálculo	$PT = (28,953,837 / 415,724,563) * 100 = 7.00$						
VALOR DE LÍNEA BASE Y METAS							
Línea base				Nota sobre la línea base			
Valor	7.00						
Año	2019						
Meta 2024				Nota sobre la meta 2024			
14.00							
SERIE HISTÓRICA DE LA META DE BIENESTAR							
2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
ND	ND	ND	4.82	5.40	5.37	5.60	7.00

METAS				
2020	2021	2022	2023	2024
7.50	8.00	10.00	12.00	14.00

ND No disponible

Parámetro 1 del Objetivo prioritario 2

ELEMENTOS DE META DE BIENESTAR O PARÁMETRO							
Nombre	Crecimiento porcentual de la materia postal internacional.						
Objetivo prioritario	Modernizar al Servicio Postal Mexicano para garantizar el derecho al servicio público de correos y lograr que se constituya en actor relevante de la nueva economía digital.						
Definición	Mide el incremento porcentual de la materia postal internacional recibida en México.						
Nivel de desagregación	Nacional	Periodicidad o frecuencia de medición	Anual				
Tipo	Gestión	Acumulado o periódico	Periódico				
Unidad de medida	Porcentaje	Periodo de recolección de los datos	Enero-Diciembre				
Dimensión	Eficiencia	Disponibilidad de la información	Primer bimestre del ejercicio posterior al periodo de observación.				
Tendencia esperada	Ascendente	Unidad responsable de reportar el avance	Coordinación General de Logística y Operación-Servicio Postal Mexicano				
Método de cálculo	$PCMPI=(CPIRA_t / CPIRAB) * 100$ Donde: PIMPI= Porcentaje del crecimiento de materia postal internacional CPIRA _t = Cantidad de materia postal internacional recibida durante el año t t= Año de observación CPIRAB= Cantidad de materia postal internacional recibida en el año base						
Observaciones	Para medir el crecimiento de la materia postal internacional durante la ejecución de este programa, se toma con base el año 2019.						
APLICACIÓN DEL MÉTODO DE CÁLCULO DE LA META DE BIENESTAR PARA LA OBTENCIÓN DE LA LÍNEA BASE							
Nombre variable 1	Cantidad de materia postal internacional recibida durante el año 2019	Valor variable 1	80,516,148	Fuente de información variable 1	Coordinación General de Logística y Operación		
Nombre variable 2	Cantidad de materia postal internacional recibida en el 2019	Valor variable 2	80,516,148	Fuente de información variable 2	Coordinación General de Logística y Operación		
Sustitución en método de cálculo	$PIMPI=(80,516,148/80,516,148)*100=100.00$						
VALOR DE LÍNEA BASE Y METAS							
Línea base			Nota sobre la línea base				
Valor	100.00						
Año	2019						
Meta 2024							
111.00			Se busca mantener la tenencia con un crecimiento del 11% al término del sexenio				
SERIE HISTÓRICA DE LA META DE BIENESTAR							
2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019

ND	ND	ND	80.75	96.47	95.97	101.85	100.00
METAS							
2020		2021		2022		2023	
103.00		105.00		107.00		109.00	
						2024	
						111.00	

ND No disponible

Parámetro 2 del Objetivo prioritario 2

ELEMENTOS DE META DE BIENESTAR O PARÁMETRO					
Nombre	Crecimiento porcentual de la paquetería recibida.				
Objetivo prioritario	Modernizar al Servicio Postal Mexicano para garantizar el derecho al servicio público de correos y lograr que se constituya en actor relevante de la nueva economía digital.				
Definición	Mide el incremento porcentual de paquetería recibida.				
Nivel de desagregación	Nacional	Periodicidad o frecuencia de medición	Anual		
Tipo	Gestión	Acumulado o periódico	Periódico		
Unidad de medida	Porcentaje	Periodo de recolección de los datos	Enero-Diciembre		
Dimensión	Eficiencia	Disponibilidad de la información	Primer bimestre del ejercicio posterior al periodo de observación.		
Tendencia esperada	Ascendente	Unidad responsable de reportar el avance	Coordinación General de Logística y Operación-Servicio Postal Mexicano		
Método de cálculo	$CPR = (CTPR_t / CTMPR_t) * 100$ Donde: CPR= Incremento porcentual de paquetería recibida CTPR _t = Cantidad total de paquetería recibida en el año t CTMPR _t = Cantidad total de materia postal recibida en el año t t= Año de observación				
Observaciones	Por piezas de paquetería se consideran: paquetes, pequeños paquetes y encomiendas.				
APLICACIÓN DEL MÉTODO DE CÁLCULO DE LA META DE BIENESTAR PARA LA OBTENCIÓN DE LA LÍNEA BASE					
Nombre variable 1	Cantidad total de paquetería recibida en el año 2019	Valor variable 1	10,487,932	Fuente de información variable 1	Dirección Corporativa de Planeación Estratégica
Nombre variable 2	Cantidad total de materia postal recibida en el año 2019	Valor variable 2	432,469,805	Fuente de información variable 2	Dirección Corporativa de Planeación Estratégica
Sustitución en método de cálculo	$CPR = (10,487,932 / 432,469,805) * 100 = 2.43$				
VALOR DE LÍNEA BASE Y METAS					
Línea base			Nota sobre la línea base		
Valor	2.43				
Año	2019				
Meta 2024			Nota sobre la meta 2024		
8.00					
SERIE HISTÓRICA DE LA META DE BIENESTAR					

2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
ND	ND	ND	0.64	1.04	1.33	1.63	2.43
METAS							
2020	2021	2022	2023	2024			
2.50	3.00	4.00	6.00	8.00			

ND No disponible

Meta 1 para el bienestar del Objetivo prioritario 3

ELEMENTOS DE META DE BIENESTAR O PARÁMETRO					
Nombre	Porcentaje de nuevos clientes del Servicio Postal Mexicano.				
Objetivo prioritario	Diversificar la cartera de servicios para incrementar la participación en el mercado.				
Definición	Mide el porcentaje de nuevos clientes del Servicio Postal Mexicano.				
Nivel de desagregación	Nacional	Periodicidad o frecuencia de medición	Anual		
Tipo	Estratégico	Acumulado o periódico	Acumulado		
Unidad de medida	Porcentaje	Periodo de recolección de los datos	Enero-Diciembre		
Dimensión	Eficacia	Disponibilidad de la información	Primer bimestre del ejercicio posterior al periodo de observación		
Tendencia esperada	Ascendente	Unidad responsable de reportar el avance	Dirección Corporativa Comercial-Servicio Postal Mexicano		
Método de cálculo	$PNC = (NC_t / NCP_t) * 100$ Donde: PNC= Porcentaje de nuevos clientes NC _t = Número de nuevos clientes captados en el año t NCP _t = Número de nuevos clientes programados en el año t t= Año en observación				
Observaciones	La medición inicia a partir del año 2020, ya que se quiere medir el programa de captación de nuevos clientes para el periodo 2020-2024.				
APLICACIÓN DEL MÉTODO DE CÁLCULO DE LA META DE BIENESTAR PARA LA OBTENCIÓN DE LA LÍNEA BASE					
Nombre variable 1	Número de nuevos clientes captados en el año 2019	Valor variable 1	0	Fuente de información variable 1	Dirección Corporativa Comercial
Nombre variable 2	Número de nuevos clientes programados en el año 2019	Valor variable 1	0	Fuente de información variable 1	Dirección Corporativa Comercial
Sustitución en método de cálculo	$C = (0/0) * 100 = 0.00$				
VALOR DE LÍNEA BASE Y METAS					
Línea base			Nota sobre la línea base		
Valor	0.00		No se cuenta con línea base, ya que se quiere medir el programa de captación de nuevos clientes en el periodo 2020-2024.		
Año	2019				
Meta 2024			Nota sobre la meta 2024		
100.00			Se espera tener una captación de 212 nuevos clientes al término del sexenio.		

SERIE HISTÓRICA DE LA META DE BIENESTAR							
2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	0.00
METAS							
2020	2021	2022	2023	2024			
5.66	29.25	52.83	76.42	100.00			

NA No aplica

Parámetro 1 del Objetivo prioritario 3

ELEMENTOS DE META DE BIENESTAR O PARÁMETRO					
Nombre	Cartera de clientes corporativos a nivel nacional.				
Objetivo prioritario	Diversificar la cartera de servicios para incrementar la participación en el mercado.				
Definición	Mide el porcentaje de avance de la cantidad de clientes corporativos del año actual respecto al total de la cantidad de clientes corporativos programados al 2024.				
Nivel de desagregación	Nacional	Periodicidad o frecuencia de medición	Anual		
Tipo	Estratégico	Acumulado o periódico	Acumulado		
Unidad de medida	Porcentaje	Periodo de recolección de los datos	Enero-Diciembre		
Dimensión	Eficiencia	Disponibilidad de la información	Primer bimestre del ejercicio posterior al periodo de observación		
Tendencia esperada	Ascendente	Unidad responsable de reportar el avance	Dirección Corporativa Comercial-Servicio Postal Mexicano		
Método de cálculo	$PCC = (CCA_t / TCCP) * 100$ Donde: PCC= Porcentaje de cartera de clientes corporativos CCA _t =Cartera de clientes corporativos del año de observación t= Año de observación TCCP= Total de cartera de clientes corporativos programados al 2024				
Observaciones	Cartera de clientes a nivel nacional.				
APLICACIÓN DEL MÉTODO DE CÁLCULO DE LA META DE BIENESTAR PARA LA OBTENCIÓN DE LA LÍNEA BASE					
Nombre variable 1	Cartera de clientes corporativos del año actual	Valor variable 1	0	Fuente de información variable 1	Dirección Corporativa Comercial
Nombre variable 2	Total de cartera de clientes corporativos programados al 2024	Valor variable 2	1,237	Fuente de información variable 2	Dirección Corporativa Comercial
Sustitución en método de cálculo	$PCC = (0 / 1,237) * 100 = 0.00$				
VALOR DE LÍNEA BASE Y METAS					
Línea base			Nota sobre la línea base		
Valor	0.00		El valor de la línea base, es cero, ya que este parámetro mide el avance a partir 2020.		
Año	2019				
Meta 2024			Nota sobre la meta 2024		

100.00				El 100% representa 1,237 clientes corporativos programados al 2024.			
SERIE HISTÓRICA DE LA META DE BIENESTAR							
2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	0.00
METAS							
2020		2021		2022		2024	
83.83		87.87		91.92		100.00	

NA No aplica

Parámetro 2 del Objetivo prioritario 3

ELEMENTOS DE META DE BIENESTAR O PARÁMETRO							
Nombre	Nuevos servicios enfocados al comercio electrónico.						
Objetivo prioritario	Diversificar la cartera de servicios para incrementar la participación en el mercado.						
Definición	Mide el porcentaje de nuevos servicios enfocados al comercio electrónico.						
Nivel de desagregación	Nacional	Periodicidad o frecuencia de medición	Anual				
Tipo	Estratégico	Acumulado o periódico	Acumulado				
Unidad de medida	Porcentaje	Periodo de recolección de los datos	Enero-Diciembre				
Dimensión	Eficiencia	Disponibilidad de la información	Primer bimestre del ejercicio posterior al periodo de observación				
Tendencia esperada	Ascendente	Unidad responsable de reportar el avance	Dirección Corporativa Comercial-Servicio Postal Mexicano				
Método de cálculo	PNS=(NS/NSP)*100 Donde: PNS= Porcentajes de nuevos servicios NS= Nuevos servicios en el año t NSP= Nuevos servicios programados en el año t t= Año de observación						
Observaciones							
APLICACIÓN DEL MÉTODO DE CÁLCULO DE LA META DE BIENESTAR PARA LA OBTENCIÓN DE LA LÍNEA BASE							
Nombre variable 1	Nuevos servicios en el año 2019	Valor variable 1	0.00	Fuente de información variable 1	Dirección Corporativa Comercial		
Nombre variable 2	Nuevos servicios programados en el año 2019	Valor variable 2	0.00	Fuente de información variable 1	Dirección Corporativa Comercial		
Sustitución en método de cálculo	NS=(0/0)*100= 0.00						
VALOR DE LÍNEA BASE Y METAS							
Línea base			Nota sobre la línea base				
Valor	0.00		En el 2019 no se establecieron nuevos servicios.				
Año	2019						
Meta 2024			Nota sobre la meta 2024				
0.00			Se espera tener 2 nuevos servicios al término del sexenio				
SERIE HISTÓRICA DE LA META DE BIENESTAR							
2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	0.00
METAS							
2020		2021		2022		2024	
0.00		0.00		50.00		100.00	

NA No aplica

9.- Epílogo: Visión hacia el futuro

El Servicio Postal Mexicano se encuentra en una situación precaria, principalmente como resultado del abandono de administraciones anteriores. Los niveles de servicio muestran un deterioro continuo. Esta situación afecta principalmente a las poblaciones de alta y muy alta marginación, que son quienes dependen de SEPOMEX para el envío y recepción de correspondencia, mensajería y paquetería.

El Servicio Postal Mexicano puede convertirse en una pieza clave en el desarrollo nacional, particularmente para los grupos sociales en situaciones de alta y muy alta marginación. Para esto, su modernización es una tarea que debe emprenderse con el mayor compromiso.

Por lo anterior, se propone el presente Programa Institucional vinculado al Plan Nacional de Desarrollo 2019-2024, a sus principios rectores y al Eje 3.- Economía, así como al Programa Sectorial de Comunicaciones y Transportes 2020-2024.

Las acciones que se proponen en este Programa Institucional buscan sentar las bases para llevar a cabo la modernización de su infraestructura, servicios y procesos. Esto permitirá incrementar la participación en el mercado postal, con énfasis en el comercio electrónico y asegurar el derecho a la comunicación de todas las personas. De esta manera, se podrá reducir la necesidad de apoyos fiscales y se contará con los recursos necesarios para su operación.

Para el 2040, el Organismo aspira a ser una empresa confiable, competitiva y con una imagen impecable para proporcionar los servicios postales a la población de México. Así, el Servicio Postal Mexicano contribuirá a reducir las brechas de desarrollo en las zonas de alta y muy alta marginación.