

UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZÁN

ESCUELA DE POST GRADO



**PLAN INTEGRAL DE REFORMA Y SU EFECTO EN EL
DESARROLLO POSTAL EN SERPOST S.A. DE HUÁNUCO, 2014**

**TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE DOCTORA EN
GESTION EMPRESARIAL**

TESISTA: MG. ASIRIA PONCE HURTADO

ASESOR: DR. HUMBERTO BENANCIO VALDIVIA

HUÁNUCO, PERÚ

2017

DEDICATORIA

A mis padres, por su amor que evoca en mi carrera.

A mis hermanos por su afecto y apoyo moral.

A mí adorado esposo por su amor y comprensión.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a quienes colaboraron con este trabajo:

A los Doctores de la Escuela de Postgrado de la UNHEVAL, maestros que aportaron y orientaron a nuestra profesión.

A los trabajadores y usuarios de SERPOST S. A. por su apoyo desinteresado en la realización del presente trabajo.

La autora

RESUMEN

La presente investigación titulada: “Plan integral de reforma y su efecto en el desarrollo postal en SERPOST S.A. de Huánuco, 2014”; surgió por la necesidad de que a nivel nacional la Empresa de Servicios Postales del Perú S.A. (SERPOST S.A.) es una persona jurídica de derecho privado organizada de acuerdo a la Ley de Actividad Empresarial del Estado y a la Ley General de Sociedades, cuya actividad principal es la prestación de los servicios postales en todas sus modalidades con ámbito de acción a nivel nacional e internacional. En SERPOST S.A., existe un plan integral de reforma que no se viene implementando por lo que se puede observar que el mercado es restringido en cuanto a la oferta de servicios, los servicios que se brindan son manuales, no hay desarrollo tecnológico; en cuanto a la normatividad legal está desactualizada sin una regulación por parte del Estado, además existe una competencia desleal de parte de empresas privadas. Ante esta situación nos formulamos como objetivo determinar cuáles son los elementos de aplicación del Plan Integral de Reforma y su efecto en el desarrollo postal de SERPOST S. A. Huánuco; como objetivos específicos: Determinar el mercado de servicios del Plan Integral de Reforma, analizar la situación actual en que se encuentra la reforma legal del Plan Integral de Reforma, establecer cómo se viene dando la función del servicio postal universal del Plan Integral de Reforma y determinar cómo viene funcionando el operador designado del Plan Integral de Reforma y su efecto en el desarrollo postal de SERPOST S.A. Huánuco. El nivel de la investigación fue descriptiva y explicativa, de tipo aplicada; el método general empleado fue el método científico y también se utilizó el método inductivo y deductivo, que nos permitió el estudio de la situación particular y su comparación con los enfoques teóricos respectivos; así como la verificación de las conceptualizaciones y su verificación con los hechos de la realidad en estudio. El diseño fue el experimental en su modalidad cuasi experimento, la población en estudio estuvo constituida por los trabajadores y usuarios del servicio, que integraron el grupo experimental y de control en un número de 30 integrantes cada grupo. Para el procesamiento de la información obtenida con los instrumentos, se utilizó la estadística descriptiva, que nos permitió presentar los datos en cuadros estadísticos con frecuencias relativas y absolutas, y la estadística inferencial para la prueba de hipótesis. En los resultados quedó demostrado que los elementos para la aplicación del plan integral de reforma: mercado de servicios, reforma legal, servicio postal universal y operador designado afectan en forma directa el desarrollo postal de SERPOST S.

A. Huánuco; el mercado de servicios, como elemento del Plan Integral de Reforma, tiene un efecto en el desarrollo postal, puesto que se ha demostrado la necesidad que tienen los trabajadores de adquirir conocimientos y cambios significativos, utilizando para ello las estrategias pertinentes; después de analizar la situación actual en que se encuentra la reforma legal del plan integral de reforma; se demostró que tiene un nivel de efectividad significativo en el desarrollo postal; toda vez que se requieren cambios legales de parte del Estado, para adoptar decisiones y ejecutar acciones de una forma estructurada, ordenada y progresiva; la función del servicio postal universal, como elemento del plan integral de reforma, en lo concerniente a los cambios en la infraestructura, el uso apropiado de la tecnología y las modificaciones financieras mejoran el desarrollo postal; asimismo el funcionamiento óptimo del operador designado, que es un elemento importante del plan integral de reforma, cumplen un papel trascendente en el desarrollo postal de SERPOST S.A. Huánuco; por lo que, en base a su desempeño se puede mejorar la participación en el mercado y la capacidad operativa.

Palabras clave: Plan integral, reforma, desarrollo postal.

ABSTRAC

This research entitled: "Comprehensive reform plan and its effect on postal development in SERPOST S.A. of Huánuco, 2014 "; It arose because of the need for the Postal Services Company of Peru S.A. (SERPOST SA) is a legal entity of private law organized according to the Law of State Business Activity and the General Law of Companies, whose main activity is the provision of postal services in all its modalities with scope of action at the national level and international. In SERPOST S.A., there is a comprehensive reform plan that has not been implemented so it can be seen that the market is restricted in terms of the supply of services, the services provided are manual, there is no technological development; in terms of legal regulations is outdated without a regulation by the State, there is also unfair competition from private companies. In light of this situation, we set ourselves the objective of determining the elements of application of the Integral Reform Plan and its effect on the postal development of SERPOST S. A. Huánuco; as specific objectives: Determine the services market of the Integral Reform Plan, analyze the current situation in which the legal reform of the Integral Reform Plan is found, establish how the universal postal service function of the Integral Reform Plan has been carried out and determine how the designated operator of the Integral Reform Plan and its effect on the postal development of SERPOST S.A. Huánuco. The level of the research was descriptive and explanatory, of the applied type; the general method used was the scientific method and the inductive and deductive method was also used, which allowed us to study the particular situation and compare it with the respective theoretical approaches; as well as the verification of the conceptualizations and their verification with the facts of the reality under study. The design was experimental in its quasi-experiment modality, the population under study was constituted by the workers and users of the service, who integrated the experimental and control group in a number of 30 members each group. For the processing of the information obtained with the instruments, descriptive statistics were used, which allowed us to present the data in statistical tables with relative and absolute frequencies, and inferential statistics for hypothesis testing. The results showed that the elements for the application of the integral reform plan: service market, legal reform, universal postal service and designated operator directly affect the postal development of SERPOST S. A. Huánuco; the services market, as an element of the Integral Reform Plan, has an effect on postal development, since it has demonstrated the need for workers to acquire knowledge and significant changes, using the

relevant strategies; after analyze the current situation in which the legal reform of the integral reform plan is found; it was shown to have a significant level of effectiveness in postal development; whenever legal changes are required on the part of the State, to adopt decisions and execute actions in a structured, orderly and progressive manner; the role of the universal postal service, as an element of the comprehensive reform plan, with regard to changes in infrastructure, the appropriate use of technology and financial modifications improve postal development; Likewise, the optimal functioning of the designated operator, which is an important element of the integral reform plan, plays a significant role in the postal development of SERPOST S.A. Huánuco; therefore, based on its performance, market share and operational capacity can be improved.

Keywords: Integral plan, reform, postal development.

RESUMO

A presente investigação titulada: “Plano integral de reforma e o efeito no desenvolvimento postal em SERPOST S.A. de Huánuco, 2014”; surgiu pela necessidade de que a nível nacional, a Empresa do Serviços Postais do Peru S.A. (SERPOST S.A.) é uma pessoa jurídica do direito privado organizada de acordo a Lei de atividade Empresarial do Estado e a Lei geral das sociedades, cuja principal atividade é o benefício dos serviços postais em todas as modalidades com âmbito de ação ao nível nacional e internacional. Em SERPOST S.A., existe um plano integral de reforma que não está implementando-se porque pode-se ver que o mercado é restringido em termos de oferta de serviços, os serviços que se brindam são manuais, não há desenvolvimento tecnológico; em quanto a normatividade legal esta desatualizada sem uma regulação por parte do estado; além de isso, existe uma competência desleal de parte de empresas privadas. Ante esta situação nos formulamos como objetivo determinar quais são os elementos de aplicação do Plano Integral de Reforma e o efeito no desenvolvimento postal de SERPOST S.A. Huánuco; como objetivos específicos: Determinar o mercado dos serviços do Plano Integral de Reforma, analisar a situação atual em que se acha a reforma legal do Plano Integral da Reforma, estabelecer como se vem dando a função de serviço postal universal do Plano Integral da Reforma e determinar como está funcionando o operador designado do Plano Integral de Reforma e seu efeito no desenvolvimento postal do SERPOST S.A. Huánuco. O nível da investigação foi descritiva e explicativa, do tipo aplicado; o método geral utilizado foi o método científico e também se utilizo o método indutivo e dedutivo, que nos permitiu o estudo da situação particular e a sua comparação com os enfoques teóricos respectivos; assim como a verificação das conceptualizações e a sua verificação dos fatos da realidade em estudo. O desenho foi o experimental na sua modalidade cuasi experimento, a população no estudo esteve constituída pelos trabalhadores e usuários do serviço, que integraram o grupo experimental e do controle em um número de 30 integrantes cada grupo. Para o processamento da informação obtida com os instrumentos, se utilizo a estadística descritiva, que nos permitiu apresentar os dados em quadros estadísticos com frequências relativas e absolutas, e a estadística inferencial para o teste das hipóteses. Nos resultados ficou demonstrado que os elementos pra a aplicação do plano integral da reforma: mercado de serviços, reforma legal, serviço postal universal e operador designado afetam de maneira direta o desenvolvimento postal de SERPOST S.A. Huánuco; o mercado de serviços, como elemento

do Plano Integral da Reforma, tem um efeito no desenvolvimento postal, porque foi mostrado a necessidade que tem os trabalhadores de adquirir conhecimentos e câmbios significativos, utilizando pra isso as estratégias pertinentes; depois de analisar a situação atual em que se acha a reforma legal do plano integral da reforma; demonstra-se que tem um nível de efetividade significativo no desenvolvimento postal; sempre e quando se precisem câmbios legais de parte do Estado, para adotar decisões e executar ações de uma forma estruturada, ordenada e progressiva; a função do serviço postal universal, como elemento do plano integral de reforma, no concernente aos câmbios na infraestrutura, o uso apropriado da tecnologia e as modificações financeiras melhoram o desenvolvimento postal; mesmo assim o funcionamento ótimo do operador designado, que é um elemento importante do plano integral de reforma, cumprem um papel transcendente no desenvolvimento postal de SERPOST S.A. Huánuco; pelo que, em base a seu desempenho se pode melhorar a participação no mercado e a capacidade operativa.

Palavras chaves: Plano integral, reforma, desenvolvimento postal.

INTRODUCCIÓN

Los Servicios Postales del Perú S.A. – SERPOST S.A. es una persona jurídica de derecho privado organizada, cuya actividad principal es la prestación de los servicios postales en todas sus modalidades con ámbito de acción a nivel nacional e internacional. Por lo que; se hace necesario de la aplicación de un plan integral de reforma, la cual en Huánuco no se venía Implementando, está atomizada, los servicios que se brindan son manuales, no hay desarrollo tecnológico; en cuanto a la normatividad legal está desactualizada sin una regulación por parte del Estado.

Por esta razón, nuestro propósito fue investigar cuáles son los elementos de aplicación del Plan Integral de Reforma y su efecto en el desarrollo postal de SERPOST S. A. Huánuco; Para la recolección de los datos se utiliza la técnica de la encuesta, con su instrumento, cuestionario, que se aplica tanto al grupo experimental como al grupo control, con la finalidad de recoger datos; asimismo se formula la hipótesis: “Los elementos para la aplicación del Plan Integral de Reforma: mercado de servicios, reforma legal, servicio postal universal y operador designado tienen un efecto directo en el desarrollo postal.

La importancia de la presente investigación radica en que existe la necesidad de la aplicación del plan integral de reforma en SERPOST S.A. de Huánuco para lograr su modernización en cuanto a ampliar su cobertura, es decir el mercado de servicios, mejorar el nivel de conocimientos y desempeño del personal operador del servicio, exigir un cambio en el aspecto legal, ya que las normas que rigen deben actualizarse para estar a tono con la competencia.

En el desarrollo de la presente investigación la única limitante que se tuvo es que en el medio local no se han encuentran investigaciones relacionadas a nuestro tema que pudieran servir como antecedentes y que sirvan para la discusión de resultados; ésta limitante se pudo suplir con los antecedentes nacionales e internacionales que se consideran.

El presente informe consta de cuatro capítulos: en el capítulo I se describe y formula el problema materia de investigación. Asimismo, se señala los objetivos tanto generales como específicos, las hipótesis, variables, la justificación e importancia, viabilidad y limitaciones. En el capítulo II se ha considerado el marco teórico que sustenta la investigación con los antecedentes, las bases teóricas, la definición conceptual y bases epistémicos. En el capítulo III trata sobre el marco metodológico empleada en el proceso de investigación, tipo de investigación, el diseño y esquema, población y muestra, instrumentos y técnicas utilizados. En el capítulo IV presentamos

los resultados que se han obtenido. En el Capítulo V se realiza la discusión de los resultados; que nos permite contrastar los resultados con los referentes bibliográficos de las bases teóricas y con las hipótesis; así también, presentamos el aporte científico de la investigación. Luego presentamos las conclusiones e inferencias a las que se arriban; ello permite hacer las sugerencias en función a las conclusiones. Finalmente se incluye la bibliografía, fuentes consultadas que orientan la fundamentación teórica y metodológica de nuestra investigación en aras de buscar la consolidación sistemática.

Nuestro anhelo es que la investigación contribuya en el desarrollo postal de SERPOST S.A. Huánuco; en consecuencia, las observaciones, sugerencias y críticas deben orientarse en buscar la calidad de servicio en nuestra región.

ÍNDICE

	Pág.
Dedicatoria	II
Agradecimiento	III
Resumen	IV
Abstrac	VI
Resumo	VIII
Introducción	X
CAPÍTULO I: EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	14
1.1. Descripción del problema	14
1.2. Formulación del problema	19
1.2.1. Problema general	19
1.2.2. Problemas específicos	19
1.3. Objetivos	20
1.3.1. Objetivo general	20
1.3.2. Objetivos específicos	20
1.4. Hipótesis	20
1.4.1. Hipótesis general	20
1.4.2. Hipótesis específicas	21
1.5. Variables	21
1.5.1. Variable independiente	21
1.5.2. Variable dependiente	21
1.5.3. Operacionalización de variables	21
1.6. Justificación e importancia	22
1.7. Viabilidad	23
1.8. Limitaciones	23
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	24
2.1. Antecedentes	24
2.2. Bases teóricas	27
2.3. Bases epistémicos	57
2.4. Definiciones de términos conceptuales	59
CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO	62
3.1. Tipo de investigación	62
3.2. Nivel de la investigación	62
3.3. Diseño y esquema de la investigación	62
3.4. Método	63
3.5. Población y muestra	64
3.5.1. Población	64

3.5.2. Muestra	64
3.5.3. Unidad de análisis	66
3.6. Técnicas e Instrumentos de recolección de datos	66
3.7. Técnicas de recojo, procesamiento y presentación de datos	70
3.7.1. Técnicas para la recolección de datos	70
3.7.2. Técnicas para el procesamiento de datos	70
3.7.3. Técnicas para el análisis e interpretación de datos	71
3.7.4. Técnicas para la presentación de datos	71
3.7.5. Técnicas para el informe final	72
CAPÍTULO IV: RESULTADOS	73
CAPÍTULO V: DISCUSIÓN DE RESULTADOS	88
CONCLUSIONES	95
SUGERENCIAS	96
BIBLIOGRAFÍA	97
ANEXOS	99

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Descripción del problema

Ante la inminente liberalización del mercado y la globalización en la Unión Europea (UE), la Unión Postal Universal organizó en noviembre de 2010 un foro sobre los posibles efectos que la apertura a la competencia acarrearía sobre las obligaciones de servicio universal postal. El centro de atención de la reunión lo constituyeron las mejores prácticas, y la promoción de una buena regulación. «Queremos ver las condiciones bajo las cuales el mercado postal prosperaría y crecería», afirma Murray Buchanan, director de asuntos económicos y regulatorios de la Oficina Internacional (OI) de la UPU. «Queremos ayudar a nuestros países miembros a comprender las ventajas y dificultades que conlleva cualquier situación del mercado, ya sea éste liberalizado o monopolizado, con muchas o con pocas obligaciones de servicio universal»; así mismo en la agenda también estaba el papel de los reguladores, en el entorno lleno de desafíos, se enfrentan con la necesidad de facilitar a los nuevos actores del mercado la sana competencia con los otros operadores, además de modular los modelos de negocio tradicionales.

La teoría de la liberalización tiene como objetivo mejorar los servicios postales y las industrias relacionadas. La competencia y consecuencia de la entrada de nuevos actores en el mercado, proporciona mayor capacidad de elección a los consumidores y motiva a los proveedores del servicio universal en Europa para ser más fiables y eficientes. En algunos países de la UE esto ya se ha iniciado hace tiempo. «Hemos visto claro los beneficios que la competencia

produce en el servicio universal », dijo **StenSelander** en el foro de Berna. Selander trabaja para Swedish Post y Telecom Agency PTS, uno de los primeros reguladores europeos que tuvo que encargarse de un mercado totalmente abierto ya en 1993. Con la directiva europea, el servicio universal ha de mantenerse. Esto significa que Correos tendrá que funcionar como empresas comerciales con una misión pública, dijo Michael Crew, consultor de la Universidad Rutgers, de Estados Unidos especializado en la fijación de precios, estas tareas tienen que realizarse en un mercado en retroceso, en una economía en crisis.

Aunque la paquetería y la banca postal son áreas altamente competitivas, no ofrecen el potencial de crecimiento que tienen los productos de telecomunicación, como por ejemplo los servicios de banda ancha y sin hilos. Por otra parte, los competidores de los servicios postales pueden utilizar las carreteras públicas, mientras que los rivales de los monopolios de la energía y de las telecomunicaciones tienen que invertir en costosas redes subterráneas o aéreas. Por último, hay que subrayar que mientras que la energía y las telecomunicaciones se suministran a través de tuberías y cables, los servicios postales lo hacen por medio de personas los Correos son uno de los más importantes empleadores del mundo con 5,5 millones de trabajadores.

Cualquiera que sea su estrategia, Correos tiene que elegir un modelo que sea válido para sus necesidades específicas e individuales. Debido a las grandes diferencias existentes entre los países miembros de la Unión Postal Universal en términos de mercados y de desarrollo, un modelo no sirve para todos, ni para la definición del servicio universal ni para la regulación. **Gonzales D'Alcantara**, Econometrista de la Universidad de Amberes, insta a los países a elegir una de las dos opciones para cada una de las características de sus modelos: por ejemplo, valor o volumen, híbrido u homogéneo, mejor servicio o servicio

completo. Según D'Alcantara, no hay buenas o malas elecciones, pero los países necesitan centrarse y seguir su estrategia de manera consistente. Algunos países no requieren grandes reformas ya que su Correo tiene tarifas elevadas de entrega.

Dahlsten (1999) manifestó que la reestructuración del mercado postal europeo debería llevarnos a unos servicios postales más fusionados, a una mayor competencia internacional y a un mercado más vibrante. Sin embargo, teniendo en cuenta la situación, todo esto sucederá de manera más lenta que la esperada. El problema con el mercado postal es que, se es consciente de su gran interés social y, al mismo tiempo, se desea obtener beneficios de los incentivos derivados de un mercado en competencia. Hay que ser pragmático y aplicar la regulación con un cierto sentido común. Como continuamente se desarrollan nuevas alternativas, tenemos que ser realistas sobre las expectativas en lo que se refiere a las alternativas de la entrega; la gente ya no depende tanto del correo como antes de la llegada de internet y los mensajes de texto.

A nivel nacional tenemos la Empresa de Servicios Postales del Perú S.A. (SERPOST S.A.) es una persona jurídica de derecho privado organizada de acuerdo a la Ley de Actividad Empresarial del Estado y a la Ley General de Sociedades, cuya actividad principal es la prestación de los servicios postales en todas sus modalidades con ámbito de acción a nivel nacional e internacional.

El Decreto Legislativo N° 685 otorga a SERPOST S.A. la concesión del servicio postal, sin exclusividad, obligando a prestar el servicio en todo el país, con carácter de administración postal del Estado, para el cumplimiento de los acuerdos y convenios internacionales. El servicio que brinda a nivel nacional es de distribución de cartas y paquetes hasta los 31.50 kilogramos en el domicilio del destinatario o en un Apartado Postal. La distribución se realiza a través de

nuestros carteros a nivel nacional. Al tratarse de un envío registrado, el cliente efectúa el seguimiento del mismo a través de la página web de SERPOST S.A., ingresando el código del envío. Los plazos de distribución son mayores a los 2 días, y éstos han sido fijados en virtud a la distancia que existe entre la localidad de origen del envío y la localidad de destino. La tarifa también responde a dicho criterio

El servicio a nivel internacional es de distribución de correspondencia escrita, personalizada, direccionada y cerrada, en los formatos de sobre de papel, plástico o auto sobre, que no sobrepasan los 500 gramos por envío. Con la era del Internet, ahora se ha abierto el mercado mundial, las personas y empresas venden por internet, lo que ha incrementado el flujo de la paquetería del correo de llegada internacional, especialmente de países del Asia, como China, Japón, Corea, Singapur, etc.

Asimismo, SUNAT ADUANAS ha aprobado nuevos procedimientos General “Envíos Postales transportados por el Servicio Postal” INTA-PG. 13 (Versión 2). El mismo que regula que los paquetes menor o igual a \$200.00, cuenta con distribución directa, cuando el valor FOB total del envío o de los envíos pertenecientes a un mismo destinatario y contenidos en un mismo DEP, no pasa de dos mil dólares americanos. El contenido puede ser: revistas, diarios, folletos, catálogos, tarjetas postales y de saludo. Su contenido es inviolable. Es entregado en el domicilio del destinatario por los carteros del país de destino. El servicio se realiza bajo puerta en el domicilio del destinatario. No es indemnizable en caso de pérdida, dado que su entrega no es registrada.

SERPOST S.A. tiene una alianza estratégica con el Banco Continental (BBVA) para realizar todo tipo de transacciones financieras, desde los establecimientos de

Correos del Perú, mediante los Agentes Express y Agente Express Plus del BBVA.

La Filatelia es otro servicio que consiste en el arte – ciencia que trata del conocimiento de los Sellos Postales y la afición a coleccionarlos. Los sellos postales son timbres o valores que van adheridas a la correspondencia justificando el pago de la misma, para su envío. Existen varias formas de coleccionar estampillas, en algunos casos cada coleccionista suele tener su propio método para hacerlo.

SERPOST S.A., el Correo del Perú, pone a disposición de los exportadores peruanos el servicio de Exporta Fácil; servicio que les permite exportar sus productos de manera sencilla, segura y rápida, reduciendo los trámites burocráticos, así como los elevados costos logísticos y de transporte. Con Exporta Fácil, puede exportar mercaderías con un valor de hasta US\$5,000. Cada exportación podrá contener varios paquetes que no superen los 30 kilogramos cada uno, y el empresario podrá realizar todos los envíos que le sean necesarios para concretar su venta en el exterior.

En la Ciudad de Huánuco SERPOST S.A. también brinda los mismos servicios que a nivel nacional, el mercado postal estimado se compone de dos grandes renglones de negocios: a) los servicios básicos de correspondencia y encomiendas; y b) los servicios postales expresos nacionales e internacionales (servicios Courier). Los servicios postales básicos incluyen en primer lugar, los servicios tradicionales de correo que se ofrecen a las empresas y a las personas individuales, como son cartas (facturas, estados de cuentas, recibos y otros envíos de negocios) y los impresos; y de otra parte los servicios de encomiendas o paquetería. Los servicios postales expresos o servicios Courier, ofrecidos también a empresas y personas, igualmente incluyen cartas, impresos y

paquetes, pero con condiciones especiales de rapidez, precio y valores agregados especiales (seguimiento y rastreo, seguro, entre otros.)

En Huánuco como en la mayoría de los Departamentos de la región, los servicios postales básicos representan un 25% del total de envíos anuales, mientras solo constituyen menos de la mitad del valor de los ingresos. En cambio, los servicios postales expresos corresponden a sólo un 13% del volumen de ítems.

En SERPOST S.A., existe un plan integral de reforma que no se viene implementando por lo que se puede observar que el mercado es restringido en cuanto a la oferta de servicios, está atomizada, los servicios que se brindan son manuales, no hay desarrollo tecnológico; en cuanto a la normatividad legal está desactualizada sin una regulación por parte del Estado, además existe una competencia desleal de parte de empresas privadas. Ante esta situación nos hemos formulado la siguiente interrogante:

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema general

¿Cuáles son los elementos para la aplicación del Plan Integral de Reforma y qué efecto tiene en el desarrollo postal de SERPOST S.A. Huánuco?

1.2.2. Problemas específicos

- a. ¿Cuál es el mercado de servicios del Plan Integral de Reforma y su efecto en el desarrollo postal de SERPOST S.A. Huánuco?
- b. ¿Cuál es la situación de la reforma legal del Plan Integral de Reforma y su efecto en el desarrollo postal de SERPOST S.A. Huánuco?
- c. ¿Cómo funciona el servicio postal universal del Plan Integral de Reforma y su efecto en el desarrollo postal de SERPOST S.A. Huánuco?

- d. ¿Cómo funciona el operador designado del Plan Integral de Reforma y su efecto en el desarrollo postal de SERPOST S.A. Huánuco?

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo general

Determinar cuáles son los elementos de aplicación del Plan Integral de Reforma y su efecto en el desarrollo postal de SERPOST S. A. Huánuco.

1.3.2. Objetivos específicos

- a. Determinar el mercado de servicios del Plan Integral de Reforma y su efecto en el desarrollo postal de SERPOST S.A. Huánuco.
- b. Analizar la situación actual en que se encuentra la reforma legal del Plan Integral de Reforma y su efecto en el desarrollo postal de SERPOST S.A. Huánuco.
- c. Establecer cómo se viene dando la función del servicio postal universal del Plan Integral de Reforma y su efecto en el desarrollo postal de SERPOST S.A. Huánuco.
- d. Determinar cómo viene funcionando el operador designado del Plan Integral de Reforma y su efecto en el desarrollo postal de SERPOST S.A. Huánuco.

1.4. Hipótesis

1.4.1. Hipótesis general

Los elementos para la aplicación del Plan Integral de Reforma: mercado de servicios, reforma legal, servicio postal universal y operador designado tienen un efecto directo en el desarrollo postal de SERPOST S. A. Huánuco.

1.4.2. Hipótesis específicas

- a. El mercado del Plan Integral de Reforma influye directamente en el desarrollo postal de SERPOST S.A. Huánuco.
- b. La situación actual en que se encuentra la reforma legal del Plan Integral de Reforma influye en forma negativa el desarrollo postal de SERPOST S.A. Huánuco.
- c. La función del servicio postal universal del Plan Integral de Reforma influye positivamente en el desarrollo postal de SERPOST S.A. Huánuco.
- d. El funcionamiento del operador designado del Plan Integral de Reforma influye directamente el desarrollo postal de SERPOST S.A. Huánuco.

1.5. Variables

1.5.1. Variable independiente (X): Plan integral de reforma

1.5.2. Variable dependiente (Y): Desarrollo Postal en SERPOST S.A.

1.5.3. Operacionalización de las variables

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES
Variable independiente El Plan Integral de Reforma	Mercado de servicios	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Oferta de servicios. ➤ Oferta atomizada. ➤ Servicios manuales ➤ Tecnología.
	Reforma legal	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Actualización ➤ Regulación ➤ Competencia ➤ Inclusión ➤ Operatividad
	Servicio postal universal	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Funciones ➤ Acceso ➤ Calidad ➤ Equidad ➤ Precios ➤ Confiabilidad ➤ Seguridad ➤ Rapidez ➤ responsabilidad
	Operador designado	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Participación del mercado ➤ Capacidad operativa ➤ Manejo de tecnología ➤ Ingresos ➤ Oportunidad de negocio ➤ Autonomía.
Variable dependiente Desarrollo postal de SERPOST S.A.	Físico	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Ambiente físico ➤ Infraestructura ➤ modernización
	Tecnológico	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Red postal ➤ Interoperabilidad ➤ Mensaje electrónico ➤ Matasellos electrónico
	Financiero	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Ingresos ➤ utilidades

1.6. Justificación e importancia

Se justifica la investigación y se destaca su importancia por los siguientes criterios:

1.6.1. Justificación Legal

La presente investigación se justifica desde el punto de vista legal, toda vez que, para optar el grado académico de Doctor en Gestión Empresarial, fue necesario desarrollar una tesis que se fundamenta con el cumplimiento del reglamento interno de la Escuela de Post Grado de la Universidad Nacional “Hermilio Valdizán” de Huánuco.

1.6.2. Justificación Teórico Científico

Con el presente trabajo se ha buscado verificar el modelo teórico sobre los componentes de un Plan Integral de Reforma institucional relacionada al servicio postal, siendo éste un servicio de carácter universal, que tiene políticas, fundamentos, normatividad y funciones establecidas por los estudiosos involucrados en la actividad postal, por lo que se encuentra un desequilibrio entre la teoría y la práctica de funcionamiento del servicio en SERPOST S.A. Huánuco, para ello buscamos conocer los elementos del plan de reforma postal y su efecto en el desarrollo de la empresa como el mercado de oferta, la normatividad existente, el servicio postal universal y el operador designado, todo ello para el consecuente desarrollo postal de SERPOST S.A. Huánuco.

1.6.3. Importancia Práctica

Se ha buscado conocer los elementos del Plan Integral de Reforma postal para poder detectar aquellos procedimientos que se encuentran deficientes y que impiden un cambio, a fin de proponer alternativas de solución que permitan optimizar y mejorar el servicio postal de SERPOST S.A. Huánuco, fundamentalmente en lo concerniente al mercado objetivo, calidad de los

servicios, actualización de las normas legales y mejoramiento del quehacer de los operadores designados.

1.6.4. Importancia Metodológica

Para poder demostrar y probar nuestra hipótesis en estudio se ha construido un instrumento, teniendo en cuenta las variables, dimensiones e indicadores en estudio, que nos permitió recoger los datos, dicho instrumento puede servir para que otros investigadores lo utilicen en trabajos similares, siendo nuestro aporte metodológico.

1.7. Viabilidad

La investigación fue viable por las siguientes razones:

- a. Accesibilidad:** El presente proyecto se pudo llevar a cabo en SERPOST S.A. de Huánuco sin dificultades porque la tesista viene laborando en la empresa.
- b. Financiamiento:** El proyecto fue financiado con recursos propios de la tesista.
- c. Bibliografía:** Las fuentes de información que existen sobre el tema de investigación fueron suficientes y accesibles para la investigación como: libros, revistas, documentos de la institución y páginas web.
- d. Tiempo:** para la formalidad del caso se ha presentado un plan a la empresa y se estableció un cronograma de trabajo que se ha cumplido en la medida que se fue avanzando con las asignaturas correspondientes a seminario de tesis.

1.8. Limitaciones

En el desarrollo de la presente investigación la única limitante que se ha tenido es que en el medio local no se encontraron investigaciones relacionadas a nuestro tema que pudieran haber servido como antecedentes y que sirvan para la discusión de resultados; ésta limitante se ha podido suplir con los antecedentes nacionales e internacionales que se han considerado.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes

Luego de haber revisado en las bibliotecas y centros de información sobre otros trabajos de tesis o investigación relacionados con nuestro tema no se han encontrado antecedentes locales, pero si nacionales como los siguientes:

a. A nivel nacional

➤ La tesis titulada **“El Monopolio Postal y las Concesiones de Servicios Públicos”**, de **Carlos Ernesto Flores Leveroni**, de la **Universidad Inca Garcilaso de la Vega, Lima, 2009**, quien llegó a las siguientes conclusiones:

- Es posible y necesario que la actividad que realizan los llamados concesionarios postales sea en primer lugar clasificada apropiadamente, solicitando la intervención del INEI para asignarle una clasificación nacional de seis dígitos hasta que el INEI decida implementar a nivel nacional la Clasificación Nacional de Actividades Económicas que podrá ser llevada como propuesta y experiencia del Perú a la próxima reunión de Comisión de Estadística de las Naciones Unidas en virtud del clúster de actividades que realizan bajo una misma responsabilidad empresarial, que actualmente obliga a los operadores a establecer compañías paralelas, por impedimentos legales a cumplir su cometido bajo una misma empresa.
- El caso típico es que un concesionario postal tiene que establecer otra empresa que opere como Agente de Aduanas para despachar mercancías que despacha y transporta en exceso a los US\$ 2,000.00.

- Eventualmente cuando se incrementen las actividades de las Empresas de Servicio Expreso y sea necesario que operen vehículos de carga dentro del país, será necesario que obtengan una licencia del Ministerio de Transporte y Comunicaciones.
- En la próxima reunión del Consejo Económico y Social de las Naciones Unidas se presentará oficialmente la moción para pasar a una Revisión N° 4 del Código Industrial Internacional Uniforme que refleje la realidad.
- Estas revisiones tardan muchos años en oficializarse, recordemos que pasaron veinte años entre las Revisiones 2 y 3; pero es necesario tomar medidas urgentes pues la actividad se ha desarrollado a mayor rapidez que la que se pudo prever.

a) La investigación titulada **“Las Comunicaciones Postales su importancia en el Desarrollo Socioeconómico del País”** realizada por el **Ministerio de Transportes y Comunicaciones, Dirección General de Servicios Postales, en Lima, 2003**, donde se arribó a las siguientes conclusiones:

- Existe la necesidad de contar con un mercado postal ordenado y transparente, en el que: 1. Los roles de cada agente participante esté claramente definido. 2. Se asegure la prestación de un servicio postal universal a la medida de las necesidades de la población nacional. 3. La autoridad del Estado en los aspectos regulatorios sea ejercida plenamente, a través de la Dirección General de Servicios Postales, para mantener el orden y la transparencia, fomentando el desarrollo de los servicios y velando por la satisfacción de los clientes. 4. El operador público de los servicios postales, responsable del cumplimiento de los compromisos de operatividad postal derivados de los convenios postales internacionales, tenga todas las

posibilidades para su desarrollo y modernización tecnológica para el logro de su autofinanciamiento y permanencia sostenida.

- Existe una elevada demanda por la modernización de los servicios de comunicaciones postales, al igual que en todos los países desarrollados, por ser: (i) parte esencial de la infraestructura relevante y vital para el desarrollo económico y social de un país, (ii) ofrece una potencial forma de cerrar la brecha digital, (iii) proveer excelentes oportunidades para que exista un puente entre la vieja y la nueva economía.
- Urge fomentar su desarrollo a través de un fortalecimiento del marco regulatorio e institucional, del organismo normativo-regulador, con una adecuada difusión de los mismos. Ello permitiría que el país cuente con un marco regulatorio claro que al eje de toda incertidumbre a los Inversionistas.
- La determinación y establecimiento del Servicio Postal Universal debe ir acompañada de una reglamentación técnica especializada, que asegure su financiamiento y las condiciones de asequibilidad y calidad para su prestación.
- Se requiere el establecimiento de Lineamientos para Desarrollo de las Comunicaciones Postales áreas rurales y de preferente interés social, para consolidar su desarrollo en el Perú.
- La aprobación de un Proyecto de Ley de los Servicios de comunicaciones Postales debe asegurar el marco adecuado para el desarrollo del marco normativo regulatorio del comercio electrónico y del correo híbrido del país.
- La modernización del operador público debe ir por el lado de la tecnificación computarizada de la prestación de su servicio, sobre la base de procesos operativos postales debidamente organizados; pero igualmente,

estableciendo una gestión estrictamente técnica en la operación de los servicios.

- El fortalecimiento de la autoridad del Estado en materia de servicios postales, a través de su órgano regulador dotado de las facultades y respaldo político necesarios para el cumplimiento de sus responsabilidades en la regulación y control de las operaciones en el mercado postal, en particular en la prestación del servicio postal universal y el cumplimiento de los convenios postales internacionales; surge como una necesidad inmediata en esta realidad.

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Plan Integral de Reforma

Es un Plan maestro que oriente la actuación de las autoridades para adoptar las decisiones y ejecutar las acciones de una forma estructurada, ordenada y progresiva.

2.2.2. Factores del Plan Integral de Reforma

Tiene como objetivo inculcar a grupos de dirigentes, representando los principales organismos concernidos por el sector postal internacional, la capacidad de:

Organizar su enfoque nacional a la reestructuración, la regulación, la financiación y el control de la calidad del mercado postal mediante un operador de Servicio universal y regulación mandato que actúa en armonía con los demás operadores nacionales e internacionales. La reorganización y la modernización del operador público y de sus servicios.

2.2.3. Desarrollo Postal de SERPOST S.A.

Considerando, los profundos cambios en el mundo como, la globalización, la internacionalización del comercio, la apertura de mercados que generan gran

impacto en el sector postal, la Unión Postal Universal debe asimilar estos y hallar soluciones orientadas en base a tres factores principales que se trataron en la **Conferencia de Dubai – 2006**: la interconexión, el desarrollo y el gobierno; y tres dimensiones: físico, electrónico y financiero.

La interconexión de las redes postales de la UPU es fundamental ante el actual desarrollo tecnológico del mundo, posibilitando identificar mensajes electrónicamente, que sean seguros, como el avance del matasellos electrónico (EPM) que permite la Interoperatividad y la autenticación de EPM entre los operadores postales de todo el mundo.

Asimismo, el desarrollo de la red postal debe ser prioritaria por el papel que ejerce en el desarrollo socioeconómico, su crecimiento y rentabilidad debe ser una política de desarrollo de los países miembros de la UPU, como una herramienta en la reducción de la pobreza y combatir la desigualdad social y económica, para lograrlo se debe corregir las disparidades en la red global mediante una política de cooperación para el desarrollo.

2.2.4. Trabajadores de SERPOST S. A. Huánuco

Son los recursos humanos distribuidos en Huánuco 14 y en Tingo María 5. Es un factor muy importante de la aplicación del Plan de Reforma y Desarrollo Postal.

El Mercado Postal nos vamos a enfocar por el lado de la demanda y de la oferta.

Por el lado de la demanda, considerando todas las clases de servicios y las fuentes de generación de la demanda postal, es posible estimar el mercado postal en Huánuco en un **total de S/. 315,700.00 de al año**, con un **valor estimado de 113,561.15 USD**.

El mercado postal estimado se compone de dos grandes renglones de negocios: a) los servicios básicos de correspondencia y encomiendas; y b) los servicios postales expresos nacionales e internacionales (servicios courier).

Los servicios postales básicos incluyen en primer lugar, los servicios tradicionales de correo que se ofrecen a las empresas y a las personas individuales, como son cartas (facturas, estados de cuentas, recibos y otros envíos de negocios) y los impresos; y de otra parte los servicios de encomiendas o paquetería.

Los servicios postales expresos o servicios Courier, ofrecidos también a empresas y personas, igualmente incluyen cartas, impresos y paquetes, pero con condiciones especiales de rapidez, precio y valores agregados especiales (seguimiento y rastreo, seguro, entre otros.)

En Huánuco como en la mayoría de los departamentos de la región, los servicios postales básicos representan un 25% del total de envíos anuales, mientras solo constituyen menos de la mitad del valor de los ingresos. En cambio, los servicios postales expresos corresponden a sólo un 13% del volumen de ítems.

Por el lado de la oferta se manifiesta lo siguiente:

Una característica muy importante del mercado postal en Perú es la gran fragmentación de la oferta. Existe un gran número de operadores postales además del Operador Oficial (SERPOST S.A.) Se tiene a 437 operadores privados autorizados y un número desconocido, aparentemente también muy importante de operadores formales e informales que están presentes en el mercado sin ningún registro.

Los operadores privados autorizados, se deben distinguir dos clases: los operadores nacionales, dedicados a servicios de correspondencia y paquetes en

el ámbito nacional; y los operadores internacionales, dedicados mayormente a servicios postales expresos en correspondencia y paquetería, donde se encuentran las principales compañías multinacionales de mensajería expresa o servicios Courier internacionales, como son las firmas DHL, FedEx, TNT, UPS y otras, cuyos servicios postales apuntan a envíos postales de alto costo.

Los operadores autorizados del ámbito de operaciones nacionales, ofrecen servicios postales para envíos todos con “valor agregado”. Lo que la oferta denomina valor agregado en realidad no es más que la confirmación de entrega a través de retornar el cargo para todos los envíos. Esta práctica lo que demuestra es una ineficiencia en las operaciones, imposibilitando el manejo de grandes volúmenes y asimismo confirma la desconfianza de los clientes en todo el sector.

Con precios muy bajos en los servicios de correspondencia en ámbito local, no hay conocimiento ni control de que estos operadores privados, fragmentados en organizaciones pequeñas e informales, están cumpliendo con requisitos legales, fiscales, laborales y de seguridad social. Por otra parte, incluso se considera que muchas veces el precio local disminuye aún más.

Como se puede observar en el segmento de correspondencia a nivel individual SERPOST S.A. es la opción más económica y en muchos casos es la única opción ya que el resto de los operadores no están instalados.

Asimismo, se puede observar que el precio para los clientes individuales es hasta un 284 % superior por un servicio básico de menor costo, porque hay que recordar que para todos los clientes empresariales se desarrollan procesos adicionales.

Dado que la acción de esos operadores no está reglamentada ni controlada, ellos actúan de forma selectiva en los centros urbanos rentables, quitando a SERPOST S.A., importantes porciones de ingresos que podrían sustentar los

costos operativos de prestación del Servicio Postal Universal en localidades donde no hay ventaja comercial en prestarlos.

Aunque la empresa tiene relativamente la mejor infraestructura y dispone de la red de mayor cubrimiento geográfico, la participación de SERPOST S.A. en el mercado de servicios postales básicos es de solamente de un 7 % de los ingresos, debido a la fuerte competencia de otros operadores privados, que básicamente se concentran en Lima, donde se origina el mayor volumen de correspondencia y gran parte de esta escasa participación es fruto del sobreprecio que pagan los clientes individuales por no tener otras opciones en el mercado.

Los operadores principales de servicios Courier son las empresas internacionales DHL, TNT, FEDEX, UPS y otras menos conocidas que prestan servicios en el intercambio internacional de envíos postales para correspondencia (cartas e impresos) y paquetería expresa, con precios de los envíos variando por peso a partir de 50 USD por un sobre de 250 gramos, en la tarifa regular al cliente ocasional.

Por otro lado, existe en Perú algunas empresas que prestan servicios de Courier nacional. Así mismo existen empresas transportistas y empresas de buses que hacen la explotación de servicios que se asemejan a servicios postales expresos nacionales, como un servicio más a su negocio principal, en régimen de competencia con SERPOST S.A., que ofrece el servicio Courier “Entrega Inmediata” en ámbito nacional.

El marco legal postal del país está establecido a través de una serie de normas que se han establecido desde el año 1991, con una serie de alcances que es necesario mencionar:

El Decreto Legislativo 685, dispositivo con rango de Ley de fecha 5 de noviembre de 1991, declara al servicio postal de necesidad y utilidad pública y de preferente interés social cuyo fomento y control corresponde al Estado; liberalizándose al prohibirse todo monopolio en su prestación y establecerse que toda persona natural o jurídica, constituida o establecida en el país, tiene derecho a prestar libremente servicios postales en la forma regulada por las disposiciones de la materia; lo que se efectúa por concesión otorgada por el Sector Tutelar, el Ministerio de Transportes y Comunicaciones (MTC).

Se precisa que el servicio postal comprende la admisión, transporte y entrega de los envíos de correspondencia tales como: cartas, tarjetas postales, impresos, cecogramas, pequeños paquetes y encomiendas, así como la prestación de servicios postales de valores y otros calificados como postales por las normas pertinentes, con sujeción a los dispositivos vigentes y a lo establecido en los Convenios y Acuerdos Internacionales que el país haya ratificado.

Esta Ley crea la empresa denominada Servicios Postales del Perú S.A. (SERPOST S.A.), como persona jurídica de derecho privado, organizada bajo la forma comercial de sociedad anónima, de acuerdo a la Ley de la Actividad Empresarial del Estado y a la Ley General de Sociedades; a la que otorga la concesión sin exclusividad del servicio postal en todo el país, obligándola a prestar dicho servicio en todo el territorio nacional, con carácter de Administración Postal del Estado, para el cumplimiento de los acuerdos y convenios internacionales.

Instaura que el presupuesto total de servicios personales, operaciones, inversiones y otros, de SERPOST S.A., serán cubiertos íntegramente con recursos propios provenientes de la prestación del servicio postal, actividades

complementarias y el producto de actividades financieras, sin gravar al Tesoro Público de la Nación.

En cuanto al régimen de operación de los servicios, este Decreto Legislativo establece una serie de disposiciones referidas a los alcances de las concesiones que se otorgan para la prestación del servicio postal, como la obligación de los concesionarios de brindar el servicio sin discriminar a los usuarios, los ámbitos de operación de los concesionarios, la facultad del Estado de supervisar la actividad de éstos, tarifas en libre competencia, entre otras.

El Decreto Supremo N° 032-93-TCC, Reglamento de Servicios y Concesiones Postales, norma que desarrolla reglamentariamente fundamentalmente los aspectos relacionados con el otorgamiento de concesiones, establece que los concesionarios de servicios postales podrán diseñar su propio sistema operativo.

Con respecto al **régimen de regulación y control en materia de servicios postales, el marco legal nacional delega en el Ministerio de Transportes y Comunicaciones** dichas facultades; así tenemos la Ley N° 27987 del 3 de junio de 2003, Ley que faculta al MTC a ejercer la potestad sancionadora en el ámbito de los servicios postales, como tal establece el régimen de infracciones y sanciones administrativas en materia postal, de cuya aplicación son pasibles todos los operadores postales que desarrollan su actividad en el mercado, incluido el operador público SERPOST S.A.. Esta Ley tiene su desarrollo reglamentario en el Decreto Supremo N° 046-2003-MTC del 3 de agosto de 2003, que establece los procedimientos para el desarrollo de la facultad sancionadora concedida al MTC, donde se detallan los alcances de esta facultad en cuanto a la supervisión y control de las operaciones postales, la aplicación del régimen sancionador y pautas tendientes a facilitar los pagos de las multas aplicadas.

El marco legal vigente no define específicamente el servicio postal universal, hace una referencia general a la obligación que se delega en SERPOST S.A., como operador público de la Administración postal nacional para prestar el servicio postal en todo el país, para el cumplimiento de los acuerdos internacionales, y en ese sentido resulta insuficiente puesto que no existe una normativa que determine ni la composición ni las condiciones de prestación del Servicio Postal Universal (SPU), como no lo hay respecto del financiamiento que le dé viabilidad y permanencia al operador obligado (SERPOST S.A.); lo que no permite que el Estado pueda garantizar el derecho a las comunicaciones postales, en una oferta de servicios postales universales, en todo el territorio nacional, en condiciones de acceso, asequibilidad y calidad en términos debidamente establecidas.

De igual forma no hay un desarrollo reglamentario de aquellas normas de rango de Ley que se refieren a las condiciones técnicas de prestación del servicio postal en general, lo que no ha brindado condiciones adecuadas para el desarrollo del servicio y su prestación en condiciones de calidad, mostrado en el mercado actual. En ese sentido, dicha normativa no contempla aspectos referentes a las relaciones entre los agentes que actúan en el mercado, el rol regulador del Estado en los diferentes aspectos de la actividad postal, las obligaciones de los operadores y la protección del usuario.

En suma, este marco legal deviene en insuficiente y desactualizado, y no brinda condiciones para la modernización y desarrollo del servicio postal, ni el cumplimiento de las obligaciones del Estado en la materia, en un mercado que evoluciona en sus necesidades.

La función reguladora está a cargo del Sector Tutelar de los servicios postales en el país, el Ministerio de Transportes y Comunicaciones, el marco legal

no contempla la existencia de un organismo independiente o autónomo del Gobierno Central que de manera especializada se aplique a la regulación de estos servicios, como sucede en otros países del orbe.

Dentro del MTC la función reguladora ha venido variando en su estructura orgánica, de una Dirección General de línea que asumía funciones normativas, de representación, de gestión del sistema de concesiones y de supervisión y control de las operaciones postales, hasta la reciente estructura organizativa del MTC aprobada con el Decreto Supremo N° 021-2007-MTC de fecha 06 de julio de 2007, en la que ya no existe una Dirección General u otra estructura organizativa al interior de éste, que de manera especializada se aplique al desarrollo de la función reguladora en materia postal.

Antes de este último dispositivo estuvo en vigencia el Decreto Supremo N° 041-2002-MTC, el mismo que establecía la normativa específica sobre la organización y funcionamiento del Ministerio de Transportes y Comunicaciones, conforme al ámbito, estructura orgánica básica, competencia y funciones contenidas en la Ley N° 27791, Ley de Organización y Funciones del Ministerio de Transportes y Comunicaciones.

Esta disposición, a diferencia de la anterior Ley Orgánica del Sector (Decreto Ley N° 25862), separó las funciones de regulación en materia postal que se encontraban concentradas en la ex Dirección General de Correos; que fueron asumidas en parte por la Secretaría de Comunicaciones, en cuanto a las competencias en materia de políticas y planeamiento estratégico, investigación y estudios de mercado, relaciones nacionales e internacionales, conforme a las funciones atribuidas en materia postal; y por la Dirección General de Servicios Postales, en cuanto a las competencias en la gestión del sistema de concesiones,

y en la supervisión y control de las operaciones postales y concesiones otorgadas.

En este caso el nivel de relación entre ambas unidades orgánicas careció de una adecuada coordinación e interés, perjudicando el rol regulatorio del Estado en materia postal.

La actual organización, recientemente aprobada y en plena implementación, ha considerado la desactivación de la Dirección General de Servicios Postales y las competencias en cuanto se refiere al desarrollo de políticas y planeamiento estratégico, normas regulatorias, investigación y estudios de mercado, relaciones nacionales e internacionales, han sido consideradas en la nueva Dirección General de Regulación y Asuntos Internacionales de Comunicaciones.

Aquellas competencias referidas a la gestión del sistema de concesiones han sido consideradas en la Dirección General de Concesiones en Comunicaciones, y aquellas competencias referidas a la supervisión y control de las operaciones postales en la Dirección General de Control y Supervisión en Comunicaciones.

Esta organización requerirá igualmente el establecimiento de un adecuado nivel de coordinación funcional al interior del Viceministerio de Comunicaciones del MTC, de manera que la función reguladora del Estado en materia postal se concrete en toda la amplitud que el marco legal vigente lo permita.

Como se ha indicado, la norma fundamental del servicio postal nacional, el Decreto Legislativo N° 685 no define el servicio postal universal y por ende de sus condiciones de prestación, ha establecido normas generales que no permiten por ellas mismas determinar con cierta precisión, por ejemplo, las obligaciones específicas de SERPOST S.A., como operador público de la Administración postal nacional; a lo que hay que agregar que no ha existido un desarrollo regulatorio

reglamentario a este respecto y a otros que ya han sido señalados, de manera que no se puede afirmar que la actividad regulatoria haya tenido como objetivo lograr la prestación del servicio postal universal en las condiciones que requiere la sociedad y el desarrollo del mercado.

Conforme lo expuesto, la función reguladora no ha logrado a la fecha el nivel de desarrollo que le permita la formulación de una normativa reglamentaria eficaz para mantener el orden en el mercado y la protección de un servicio universal, así como no ha actuado en la promoción de la iniciativa y la inversión privada en el sector.

Con respecto a las normas postales internacionales del Convenio Postal Universal que el país se ha comprometido a cumplir, si bien el marco legal señalado hace referencia a ellas para su aplicación y cumplimiento en el ordenamiento legal nacional, no han sido desarrolladas reglamentariamente para asegurar su aplicación ni se ha desarrollado una labor de control que asegure que en este sentido el operador público, SERPOST S.A., asuma su obligación de cumplirlas. Cabe señalar que a la fecha el país aún no ha ratificado las Actas del Congreso UPU de Bucarest 2004, lo que es un indicativo de la situación de la normativa internacional en el ejercicio de la función reguladora del MTC en materia postal.

En suma puede señalarse que el ejercicio de la función reguladora en materia postal, adolece de un desarrollo adecuado que acompañe la evolución del mercado postal, lo ordene y lo encamine en el sentido que el desarrollo económico que experimenta el país exige. A pesar de las limitaciones que se han señalado sobre el Decreto Legislativo N° 685, no ha existido un acompañamiento reglamentario adecuado que haga operativas las normas del marco legal postal, y que aseguren su cumplimiento en las operaciones que se desarrollan en la

explotación del mercado postal, ordenándolo y garantizando la prestación de un servicio universal para todos los ciudadanos del país donde quiera que ellos se encuentren.

EL OPERADOR DESIGNADO DEL SERVICIO POSTAL UNIVERSAL.SERPOST S.A. es la entidad que tiene a cargo la prestación de los servicios postales que le corresponde garantizar al Estado a todos sus habitantes en el territorio nacional. Se creó la empresa SERPOST S.A. a través del Decreto Legislativo 685 del 5 de noviembre del 1991.

SERPOST S.A. cuenta con una red de atención regular de 378 oficinas de correo que cubren 24 departamentos compuesto por 194 Provincias, 1830 distritos y 69,951 Centros Poblados. Las oficinas funcionan 8 horas de lunes a sábados e incluso las principales funcionan de 8 a 20 horas.

Para la distribución de los envíos postales existen 648 carteros para el área urbana de la capital y para las capitales de departamento, estos realizan entregas diarias a domicilio. El 83 % de las oficinas de atención al cliente está compuesto por oficinas unipersonales y representantes comerciales. En los casos de oficinas unipersonales (99) la atención al cliente y los servicios de reparto a domicilio son ejecutados por el mismo personal de la oficina de atención, lo que presupone una afectación en uno de los dos servicios (reducción del horario de atención y/o reducción de la frecuencia y cobertura de entrega a domicilio).

En otras palabras, estos servicios, de una manera aceptable, están disponibles en el área urbana del país, donde vive un 75% de la población, mientras que, en las áreas rurales del país, donde vive el 25% de la población peruana, los servicios de atención y entrega son irregulares. Así, sin considerar otros elementos como la distancia entre la sucursal y las otras áreas urbanas, ni

tampoco el área de la cabecera del departamento, es posible concluir que los niveles de acceso al servicio postal son:

- **Acceso a atención:** un máximo de 60% de la población vive en áreas próximas de una sucursal y por tanto dispone de acceso a los servicios postales básicos en condiciones de mayor comodidad, dado que la porción restante reside en áreas urbanas y rurales alejadas de la sucursal de Correos.
- **Acceso a distribución:** mayor al 60% de la población vive en áreas urbanas y por tanto dispone de acceso a distribución diaria regular, ya que la distribución diaria regular solamente ocurre en la cabecera del departamento, mientras el área restante dispone de distribución domiciliaria pero no regular.

En relación con la situación financiera se debe destacar la relativa buena situación económica de SERPOST, S.A., que viene presentando resultados positivos en los últimos dos años.

Los ingresos operativos de SERPOST, S.A. son provenientes de la prestación de los servicios de correspondencia (cartas e impresos).

Esta situación, donde los ingresos provienen básicamente del segmento de mercado de correspondencia y encomiendas, siendo a su vez una parte muy importante los ingresos provenientes de exportación e importación de envíos. Asimismo, la creciente competencia no sujeta a obligaciones, con un marco legal desactualizado, genera una situación de equilibrio financiero inestable, pudiendo provocar desequilibrios en sus cuentas de resultados y en la viabilidad económica de la obligación del Estado de garantizar un servicio postal universal para todos los ciudadanos del país.

En este sentido, teniendo en cuenta los costos fijos que representa mantener las infraestructuras nacionales abiertas al público en todo el país, es

crítico abordar la paquetería o el Courier, prestando atención a otras líneas de negocio que tienen conexión con el servicio postal.

Dado el nivel de desarrollo de otros sectores (telecomunicaciones y bancario) un escenario muy factible en el futuro próximo, es el crecimiento en ritmo acelerado, de segmentos que todavía no se han desarrollado en el país:

1. Ventas por catálogo: En un gran número de países del mundo y de la región latinoamericana, este segmento representa un importante volumen de envíos y monto de ingresos. La venta por catálogo genera envíos de impresos, paquetes y dinero.

2. Ventas por Internet: Diversos Correos del mundo están logrando un crecimiento significativo en sus volúmenes de paquetería (expresa y no expresa) debido a la expansión del comercio electrónico.

SERPOST S.A. es la entidad que tiene a cargo la prestación de los servicios postales que le corresponde garantizar al Estado a todos sus habitantes en el territorio nacional. Se creó la empresa SERPOST S.A. a través del Decreto Legislativo 685 del 5 de noviembre del 1991.

2.2.5. Prestación de Servicios por el Operador Oficial

SERPOST S.A. cuenta con una red de atención regular de 378 oficinas de correo que cubren 24 departamentos compuesto por 194 Provincias, 1830 distritos y 69,951 Centros Poblados. Las oficinas funcionan 8 horas de lunes a sábados e incluso las principales funcionan de 8 a 20 horas.

Para la distribución de los envíos postales existen 648 carteros para el área urbana de la capital y para las capitales de departamento, estos realizan entregas diarias a domicilio. El 83 % de las oficinas de atención al cliente está compuesto por oficinas unipersonales y representantes comerciales. En los casos de oficinas unipersonales (99) la atención al cliente y los servicios de reparto a domicilio son ejecutados por el mismo personal de la oficina de atención, lo que presupone una

afectación en uno de los dos servicios (reducción del horario de atención y/o reducción de la frecuencia y cobertura de entrega a domicilio).

En otras palabras, estos servicios, de una manera aceptable, están disponibles en el área urbana del país, donde vive un 75% de la población, mientras que en las áreas rurales del país, donde vive el 25% de la población peruana, los servicios de atención y entrega son irregulares. Así, sin considerar otros elementos como la distancia entre la sucursal y las otras áreas urbanas, ni tampoco el área de la cabecera del departamento, es posible concluir que los niveles de acceso al servicio postal son:

- **Acceso a atención:** un máximo de 60% de la población vive en áreas próximas de una sucursal y por tanto dispone de acceso a los servicios postales básicos en condiciones de mayor comodidad, dado que la porción restante reside en áreas urbanas y rurales alejadas de la sucursal de Correos.
- **Acceso a distribución:** mayor al 60% de la población vive en áreas urbanas y por tanto dispone de acceso a distribución diaria regular, ya que la distribución diaria regular solamente ocurre en la cabecera del departamento, mientras el área restante dispone de distribución domiciliaria pero no regular.

En la segunda parte se indicó con detalle y puntualización, la situación del sector y los servicios postales del país, en los principales aspectos como son el Marco Legal, el Mercado y la situación del Operador Designado para brindarlos servicios postales básicos, – SERPOST S.A., en lo cual se contiene las conclusiones generales de lo que se observa en forma preliminar para formular este plan de acciones.

Un breve repaso de las circunstancias que conforman el escenario del sector postal del país, constituye la problemática que se busca resolver haciendo las

reformas estructurales e institucionales que sean necesarias y en las cuales se requiere la intervención del Gobierno, el Poder Legislativo y la sociedad.

El departamento de Huánuco, está ubicado entre la Sierra y la Selva Central; entre las cuencas de los ríos Huallaga, Marañón y Pachitea a 1800 metros sobre el nivel del mar.

Está en la tierra templada de la vertiente oriental de los Andes centrales. La altura del territorio regional huanuqueño oscila entre los 250 y 6,632 metros de altitud.

Limita al norte con los departamentos de La Libertad y San Martín; por el este con Loreto, Ucayali y Pasco; por el sur, con Pasco; por el oeste con Pasco, Lima y Ancash. Sus límites por el sur y el oeste están marcados por la gigantesca muralla que forman el Nudo de Pasco y la Cordillera Huayhuash.

Cabe señalar que la Administración Postal SERPOST S.A. Huánuco, cobertura las provincias de Huánuco, Leoncio Prado, Ambo, Pachitea, Dos de Mayo, Huamalies, Yarowilca, Lauricocha, mientras que su encaminamiento para su respectiva entrega o destino final en las provincias de Puerto Inca (Admón. Pucallpa), Huacaybamba (Admón. Huaraz) y Marañón (Admón. Chimbote) se realizan por las Administraciones Postales indicadas; debido a su conexión vial entre la capital de departamento y estas provincias.

CUADRO N° 01

INFORMACIÓN SOCIO DEMOGRÁFICAS

Población	762,223 hab.(Censo Nacional de Población y Vivienda 2007)
Superficie	36,848 85 <u>km²</u>
Densidad Demográfica	20,7 hab/km ²
Tasa de Crecimiento de la Población	1,1 % al año
Expectativa de Vida	72 Años
Alfabetización	21,29 %

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI)

El departamento cuenta con un Producto Bruto Interno (PBI) de S/. 2,076,727 con un crecimiento promedio anual de 4,8%.

CUADRO N° 02
DATOS DE LA ECONOMÍA DE HUÁNUCO

Producto Bruto Interno (PBI)	S/. 2,076,727
Tasa de Crecimiento Anual del PBI	4,8 %
PBI per cápita anual	S/ 2,393
Tasa de Inflación Anual	3,26%
Exportaciones	US\$ 36,000,000
Tasa de desempleo	2,72%
Principales productos	Café, Cacao, Papa.

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) y Banco Central de Reserva del Perú (BCRP).

MAPA DE HUÁNUCO



Además, se considera como bases teóricas lo siguiente:

PLAN INTEGRAL DE REFORMA Y DESARROLLO POSTAL (PIDEP) DE MÉXICO, desarrollado por la Unión Postal Universal Oficina Internacional y la

Unión Postal de las Américas, España y Portugal, en octubre 2013, en la ciudad de México y se arriba a las conclusiones de

- Disponer de una política de Gobierno para desarrollar el sector postal y establecer el marco legal adecuado que la respalde.
- Hacer viable el cumplimiento efectivo de la obligación de garantizar el derecho de la sociedad a un Servicio Postal Universal de calidad.
- Modernizar los servicios postales y al Operador con la inversión que se requiere.

PLAN DE DESARROLLO REGIONAL PARA AMÉRICA LATINA 2013 – 2016,

diseñado por la UNION POSTAL UNIVERSAL OFICINA INTERNACIONAL y la UNION POSTAL DE LAS AMERICAS ESPAÑA Y PORTUGAL en marzo de 2013, en la ciudad sede de estos Organismos de Combatir el desafío global del cambio climático se ha convertido también en un tema de importancia para el sector postal. Dada la naturaleza de las actividades postales de admisión, clasificación, transporte y entrega, estas tienen un impacto en el cambio climático ya que se utilizan grandes cantidades de recursos naturales y a la vez se producen emisiones de gases contaminantes.

Cada año en el planeta más de 368 mil millones de cartas, tarjetas postales e impresos y 6 mil millones de encomiendas hacen del servicio postal el más grande utilizador de vehículos civiles motorizados. Aproximadamente 1 millón de vehículos motorizados y centenas de aviones postales recorren millones de kilómetros produciendo emisiones de gases de efecto invernadero, lo que representa el 70% del impacto de las actividades postales en el medio ambiente. El resto se compone del uso de la electricidad, agua y otros recursos utilizados por las 670.000 oficinas postales y 5,5 millones de empleados postales.

A este respecto la UPU ha venido trabajando estrechamente con el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) y otras entidades relacionadas con la protección del medio ambiente.

En el año 2012 la UPU realizó el tercer inventario de la huella de carbono de los operadores designados que arrojó un estimado de 56,5 millones de toneladas de CO₂ de gases de efecto invernadero. En este inventario participaron 14 operadores designados de América Latina.

Como resultado de las acciones de sensibilización de la UPU y la UPAEP en esta materia durante el ciclo anterior, ya varios operadores designados de la región están realizando esfuerzos concretos en materia de desarrollo sostenible.

Un país ha certificado funcionarios postales para la gestión de medidas para reducir emisiones de gases de efecto invernadero. Varios países han emprendido acciones para cambiar las lámparas fluorescentes con balastros magnéticos a balastros electrónicos con resultados importantes de disminución de gasto de electricidad.

También varios países tienen programas de reciclaje de papel, cartón y plástico. Otro país eliminó el uso de sacas de nylon. Otros países implementaron programas de reducción de uso de agua. También varios operadores designados realizaron acciones de sensibilización e información en el tema de VIH/SIDA y programas de desarrollo de las relaciones sociales con miras a trabajar igualmente en el ámbito del desarrollo social.

Se debe continuar fomentado el desarrollo sostenible en todos sus aspectos (medio ambiente; economía y social).

2.2.6. Proyectos estructurantes

a. Reforma del sector postal – PIDEP

Este proyecto consideró tres áreas de intervención principales: – Elaboración de un Manual para ayudar a los países a determinar el SPU. – Apoyo a los países

por intermedio de un proceso estructurado de acompañamiento o coaching para implementar el proceso de reforma postal en los ejes de SPU y política sectorial. – Formulación de planes PIDEP en los países que todavía no lo habían formulado.

Resultados: – Con un grupo de expertos se elaboró en diciembre 2010 el Manual para la elaboración de la propuesta de Servicio Postal Universal. – En febrero de 2011 se realizó un curso modelo para expertos PIDEP en la aplicación del Manual para la elaboración de la propuesta de Servicio Postal Universal y definición de la política sectorial. – Se adelantó el proceso de coaching o acompañamiento para la elaboración de la propuesta de SPU y política sectorial en 5 países: República Dominicana; Cuba; Venezuela, Honduras y Uruguay que fue el piloto. – Se formuló el plan PIDEP en 2 países: Honduras y Venezuela.

b. Calidad de servicio

Este proyecto contempló tres objetivos principales: – Apoyo a la elaboración de los Planes Nacionales de Calidad Postal para los Operadores Designados. – Soporte a la ejecución de los Planes Nacionales de Calidad Postal que se habían logrado formular. – Orientación a los Operadores Designados en la implementación de los sistemas de medición de la UPU.

Resultados: – Firma de un Acuerdo de Adhesión y Compromiso por 14 operadores designados para participar en el proyecto de calidad de servicio. – Formulación del Plan Nacional de Calidad Postal por 14 operadores designados. – Implementación de acciones de fortalecimiento de las Oficinas de Calidad. – Inicio en 5 países de la aplicación de los capítulos 5 “Responsabilidad de la Dirección y 8. “Medición, Análisis y Mejora” de la norma ISO9001 como base inicial para consolidar el proceso de gestión de la calidad. – Cinco misiones operativas para apoyar la ejecución de los Planes de Calidad en 5 países. – 14

operadores designados participan en el Control Continuo de la UPU y 6 en el Sistema de Control Mundial (GMS).

c. Despliegue de los giros postales electrónicos en América Latina

En continuación con el proyecto piloto 2007-2008 en el que participaron España, Chile y Uruguay se diseñó un servicio de giros postales electrónicos utilizando el sistema IFS de la UPU. Posteriormente para el año 2009 se inició el despliegue en la región del Correo giros y se adoptó para ello un protocolo compuesto por una serie de acciones tanto a nivel colectivo como a nivel de cada país en los ámbitos legal, operativo, tecnológico y financiero. Como resultado de ello se estableció: – La plataforma operacional disponible para sostener el sistema. – Los aspectos jurídicos ligados a la prestación de servicios financieros por el operador designado. – Los aspectos de orden económico que rigen los servicios y cambio de moneda. – Los aspectos financieros que permiten garantizar los pagos de los giros postales – El sistema de información e interconectividad entre las agencias postales.

En cuanto a la gestión o gobernanza del servicio de Correo giros se estableció que los propios operadores designados debían encargarse de la gestión del mismo. Se estableció un sistema de gobernanza a través de la firma de un Acuerdo en julio de 2010. Por este sistema se eligen un Presidente, dos Vicepresidentes y un Gerente responsable de asegurar la coordinación de todos los miembros y el seguimiento de las decisiones y actividades. De esta manera, se logró crear todas las condiciones necesarias para hacer la transferencia de conocimiento y tecnología a los participantes del proyecto de manera que el proyecto pudiera tener autonomía para garantizar su continuidad por parte de los propios países beneficiarios.

Otro tema importante dentro del proyecto de Correogiros fue el diseño e implementación de un sistema de compensación o clearing de los pagos entre los operadores designados participantes. En conjunto con la UPU y la UPAEP se logró adoptar un Reglamento del Sistema de Compensación y el Reglamento Interno del grupo de usuarios. Los países decidieron que la gestión operativa del sistema de Correo giros se instalara en la sede de la UPAEP.

También se acordó contratar a la empresa Coprocess para calcular las posiciones netas de los operadores designados y también se decidió contratar al Banco Post Finance que hará las veces de banco de liquidación.

Por razones estratégicas no se presentan los datos de tráfico y volúmenes, pero se puede afirmar que la evolución del servicio ha sido muy alta y ciertos corredores han aumentado su producción en más del 150%.

2.2.7. Breve reseña histórica del correo en el Perú

En la época prehispánica

Desde la época del periodo Intermedio Tardío (1200 – 1400) hay evidencia por la red de caminos encontrados que servían a la cultura Chimú para ejercer un eficiente control administrativo de los valles del Rímac y Pachacamac, y se utilizaban los chasquis para tal efecto.

Los chasquis transitaban por excelentes caminos y transmitían mensajes verbales y escritos, así como correspondencia del Estado (los quipus) en fardos sellados con hilos; para la provisión de los Incas de frutos, semillas y pescados lo hacían en fardos de 30 a 60 libras de peso.

En España y durante la Colonia

Las primeras disposiciones reales sobre los correos, tanto de a pie como de a caballo, aparecen en España en el año 1260, en 1506, Francisco de Tassis fue nombrado Maestre Mayor de Hostes, Postas y Correos de España, y a él

corresponde la organización del Correo como un servicio público y abierto a todos los habitantes, el 14 de mayo de 1514.

Nótese que la función no la ejercía directamente la Corona sino a través de una gracia o lo que llamaríamos hoy en día una concesión, pero sin retribución alguna. Era un monopolio de facto de la familia Carvajal.

Durante el Virreinato las autoridades ponían dificultades a los correos (se dice que para evitar que las noticias de las malas gestiones virreinales llegaran a la metrópoli), teniendo que acudir, en queja, el Correo Mayor a la Corona, asimismo los Virreyes acusaban a la Corona de los abusos del Correo Mayor contra los indios chasquis.

Durante los años de administración de los Carvajal existió una gran ineficiencia y abuso, llegando a ser sus bienes embargados en 1610 por orden del Virrey Montesclaros, hasta que no pague a los indios las ingentes deudas que tenía con ellos.

Por las razones antes mencionadas en 1717 la Corona intento retirarles el privilegio, pero el Correo Mayor de turno, Marqués de Conchan, reclamo apelando que ahora sólo tenía el Virreinato del Perú en exclusividad y no todas las Indias como fue en un inicio. Felipe V le confirmo el derecho pero por solamente cincuenta años más, retirándole la perpetuidad que de manera tan generosa y exagerada le había otorgado la Reina Juana.

Era una actividad sumamente rentable para la familia Carvajal tan es así que al negociar el noveno y ultimo Correo Mayor, Fermín Francisco de Carvajal y Vargas con el Rey Carlos III la reversión de la gracia otorgada, en 1768, recibió una indemnización vitalicia de catorce mil pesos anuales, un descuento del veinticinco por ciento para su correo particular, aparte de mantener el título de

Correo Mayor y títulos de nobleza como Grande de España, Mariscal de Campo del Rey, etc.

El 18 de octubre de 1768 por medio de Cedula Real, se revoca la gracia y se incorpora a la Corona los oficios del Correo Mayor de la Indias, es entonces que a partir del 10 julio de 1769 que se constituye el monopolio, de facto del correo, por la corona española.

Se oficializa el 10 de Julio de 1769, siendo la primera disposición del Ministerio encargado de la Superintendencia General de Postas de España e Indias, la de enviar al Visitador Alonso Carrión de Lavandera en 1770 quien residía en Buenos Aires, y en viaje a Lima, realizo un detallado informe. Contó con la ayuda de un cronista que se decía descendiente de la nobleza incaica llamado Calixto Concolorcorbo o Carlos Inca Bustamante. Su crónica se tituló "Lazarillo de ciegos caminantes, desde Buenos Aires a Lima".

Fue don José Antonio de la Riva y Pando, Marqués de Grimaldi, enviado de España como comisionado especial quien estudio en viaje de investigación en 1771 a los "Reynos de Perú y Chile", señalando el régimen de servicios, elaboro los cuadros de distancias, ubicación de las postas, importancia de los centros poblados, distribución de oficios, etc.

En Lima tenía el rango de Administrador General de Correos, las demás capitales de América el de Administrador Principal de Correos, en los partidos, Administradores Agregados, teniendo jefaturas o simples Administraciones las de menor rango.

El correo cobró importancia y su uso se extendió, se reporta que el año de 1787 solamente entre Lima y Potosí se recaudó ingresos por portes doscientos quince pesos fuertes, equivalente a unas mil doscientas cartas. Ese mismo año el transporte de encomiendas con caudales produjo rentas del orden de ciento diez

y siete mil quinientos sesenta y nueve pesos, que constituía el uno por ciento del valor declarado de los caudales.

Pero empezaron a extraviarse algunas encomiendas con caudales, que fueron pagadas por el Ramo, ya que al momento del despacho se contaban en las postas los valores. El servicio de valores declarados subsistió hasta fines del siglo XIX en el Perú, Hoy en día no existe.

En la época republicana

Proclamada la independencia del Perú el 30 de julio de 1821 el ramo de correos se solidariza con la independencia mediante Acta de Juramento, suscrita por el Administrador y los 41 miembros de la administración.

El último Administrador General de Correos y que sucedió a Pando a su muerte en 1802 fue Félix de la Roza Queipo de Llano, desde el 22 de Junio de 1803, se le ratificó en el puesto el 23 de Agosto de 1821 según algunas fuentes y el 20 de Noviembre del mismo años otras; el título cambió a Director de Correos en notas firmadas por los ministros Unanue y Monteagudo y rubricadas al margen por el Protector.

En 1895 se unen la Direcciones General de Correos y Postas con la Dirección General de Telégrafos en la Dirección General de Correos y Telégrafos, en el mismo año de estableció el Boletín Postal.

La institución de Correos tuvo un gran avance y desarrollo, para adaptarlo a estos, se fue reformando el reglamento, complementándolo con múltiples disposiciones, que causaban una serie de inconvenientes en la práctica. Siendo director general de ramo el señor coronel Ernesto Zapata, propuso a consideración del supremo gobierno, en 1908 el nombramiento del antiguo empleado de correos, don Pedro Pablo Páez para que formule el proyecto de reglamento, el cual no se hizo realidad hasta que se dictó la Resolución

Legislativa N° 2197 del 20 de Noviembre de 1915 que autoriza al Poder Ejecutivo a la expedición del reglamento, y que culminó con su aprobación el 6 de Abril de 1916.

Según refiere UGOLOTTI imperaba un tremendo caos en la institución entre 1911 y 1920 por la falta de un control sistemático de su funcionamiento, asimismo un descuido en la conservación de los bienes materiales y activos, aunada a la incapacidad de muchos servidores que no pudieron introducir las mejoras que en la materia habían obtenido otros países.

Lentitud en el manejo de la correspondencia que llegaba del extranjero al puerto del Callao, recordemos que en esa época no había aun servicio aéreo regular y todo el correo se movilizaba por la vía marítima. El servicio de desembarque de las naves lo hacía un ineficiente contratista, al llegar a Lima por medio del tranvía, las cosas no mejoraban.

Las encomiendas internacionales se acumulaban por miles en las estrechas oficinas, demoradas por los altos gravámenes y dificultades burocráticas causadas en su paso por la aduana.

Se conocía de postrenes contratistas y postillones que conducían fuera de valija y por cuenta y para utilidad propia, cartas, impresos y encomiendas con el consecuente perjuicio para la renta del ramo de correos.

A fin de ampliar las instalaciones del Correo Central de Lima en 1918 se recurrió a imponer el pago de un "derecho postal" de un Sol por cada póliza de encomienda postal internacional, mediante la Ley N° 4107, se autorizó al ejecutivo a obtener un empréstito por 100,000 Libras Peruanas, creándose un derecho adicional del 2% del valor de las mercancías de importación despachadas vía postal (Artículo 2 de la Ley 4107), para la amortización y pago del mencionado empréstito.

Dado que los sueldos que percibía el personal del ramo y a manera de estímulo, al autorizarse mediante decreto la jornada de 8 horas en 1919, se permitió el pago de sobretiempo por trabajo en horas extraordinarias.

El Contrato Marconi

El 22 de septiembre de 1921 el poder ejecutivo, representado por el Ministro de Gobierno, German Leguía y Martínez "debidamente autorizado" por el presidente de la República y Francisco Becerra en representación de la Marconi, Wireless Telegraph Company Ltd. de Londres, Inglaterra suscriben la escritura pública que por Resolución Suprema del 21 de Abril de 1921 se autoriza y se entregan los tres servicios, fusionados en 1895, a la compañía inglesa.

Este contrato viola la Constitución Política del Estado de 1920 específicamente su artículo 83.11 el que establece que el congreso debe dar la autorización al Poder ejecutivo para celebrar contratos que comprometen los bienes y rentas generales del Estado.

Este contrato es pues nulo desde su origen por falta de poderes de una de las partes (El Estado) contratantes.

Época Contemporánea

Según Esmaro P. Salas (16) Visitador del Ramo de Correos, Telégrafos y Radiotelefonía del Perú, en 1942 menciona el término Expreso así como la obligación de pagar una sobretasa por este servicio adicional.

Con la denominación general de Sobretasa se ofrecían además los siguientes:

Ultima hora, para cartas cualquiera sea su peso

Derechos de Certificación

Aviso de Recepción

Derecho de Reclamación

Las categorías de correspondencia eran:

Cartas, incluyendo expedientes, por el primer peso de 20 gramos Ugo LOTTI DANSAY, Humberto, Los Servicios de Correos, telégrafos y radiotelegrafía del Perú, Lima Perú, 1925

Por cada 20 gramos adicionales

Tarjetas Postales sencillas

Papeles de negocio – peso máximo 2,000 gramos, el primer peso de 250 gramos.

Por cada 250 gramos adicionales

Impresos en general, incluyendo tarjetas de visita, por cada 50 gramos o fracción, (no se aclara el peso máximo, se entiende que son 2,000 gramos)

Muestras sin valor comercial, peso máximo 500 gramos, por cada 250 gramos o fracción

En el servicio marítimo de cartas, impresos, papeles de negocios para el extranjero el peso máximo era de 2,000 gramos y la tarifa aumentaba en tramos de 20 gramos. Esta tarifa era aplicable a todo el mundo, con excepción de los siguientes países: España, Estados Unidos de América, Argentina, Bolivia, Brasil, Colombia, Costa Rica, Cuba, República Dominicana, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Haití, Honduras, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Uruguay, Venezuela, Chile y Canadá; seguramente en aplicación de los convenios de la Unión Postal de las Américas y España. A estos países les era aplicable la tarifa nacional.

Los impresos para ciegos en relieve (cecogramas) gozaban de una categoría muy especial, el peso máximo era de 3,000 gramos y se cobraba por cada 1,000 gramos Soles 0.02 versus Soles 0.04 que se cobraba por cada 50 gramos, es decir el dos por ciento de un envío normal del mismo peso.

Para el caso del servicio aéreo los destinos estaban individualizados y eran direccionales, como por ejemplo China, Filipinas, Hawai (Trans Pacífico). Estos destinos estaban en 48 categorías por país o grupo de países (Europa, Asia, Islas Británicas y holandesas). Se aplicaba una sola tarifa para todos los destinos en el territorio peruano.

Para encomiendas el peso máximo permitido era de diez kilogramos y las tarifas se aplicaban como sigue:

Hasta 1,000 gramos

De 1001 a 3000 gramos

De 3001 A 5,000 gramos

Existía una práctica en la época de crear impuestos en beneficio de determinadas actividades usando como medio de cobranza la imposición de timbres, sellos adicionales o signos de otra denominación, en la correspondencia, en flagrante contravención a lo dispuesto en el Artículo 8 de la Constitución Política del Estado; esta situación se corrige con el Decreto Ley N° 17387, del 7 de Enero de 1969, en el cual se pone orden en la materia prohibiendo de manera expresa gravar con impuestos a la correspondencia y derogando las leyes 16078, 16208 y 17050.

A pesar que en sus considerandos el DL 685 , menciona un inexistente Art. 11 de la Resolución Legislativa N° 2197 del 20 de Noviembre de 1915, en que supuestamente se establece el monopolio postal a favor de la ex Dirección General de Correos y Telégrafos del Perú.

Lo que hace la Resolución Legislativa N° 2197 es "Autorizar al ejecutivo para expedir nuevos reglamentos de correos, telégrafos y teléfonos".

La Constitución Política del Estado de 1979, reconoce el principio de libre iniciativa privada, dentro de una economía social de mercado, señalando que el estado estimulaba y controlaba su ejercicio para armonizarlo con el interés social

Asimismo el Estado puede intervenir en la economía como proveedor de bienes y servicios, ya sea como proveedor exclusivo en el caso de servicios esenciales, como era el postal, en cumplimiento del Convenio de la Unión Postal Universal, o como un competidor más, como es actualmente a través de SERPOST S.A. El servicio que debe prestar SERPOST S.A. es el denominado Servicio Postal Básico Universal, en virtud de los convenios firmados por el Perú en el marco de la Unión Postal Universal.

Es nuestra opinión que el mercado de Correos fue un monopolio de hecho, mas no de derecho en el Perú.

En 1991 se dio el Decreto Legislativo 685, Declaran al Servicio Postal de necesidad y utilidad públicas y de preferente interés social, en el cual queda prohibido toda forma de monopolio, acaparamiento y prácticas y acuerdos restrictivos en el servicio postal. El Estado garantiza la libertad de tránsito postal en el país. (Art. 1)

Es la opinión del autor que lo que motivo este cambio fue una decisión política, respuesta a una profunda crisis que afectaba a la administración del Estado lo que devino en una reestructuración del Estado Peruano, con la aplicación de concesiones, con la finalidad de reducir el gasto público y ofrecer mejores y más eficaces servicios a la sociedad en su conjunto.

La Constitución Política del Estado de 1993, reconoce el pluralismo económico Artículo 60. A partir de 1994 se dio en nuestro país una liberalización y privatización de los servicios postales que se prestan a través de Concesionarios Postales en virtud de Contratos de Concesión otorgados por el Ministerio de

Transportes y Comunicaciones, se declara en reorganización a la Dirección General de Correos.

Se crea la empresa denominada Servicios Postales del Perú S.A. abreviadamente SERPOST S.A. como persona jurídica de derecho privado bajo la forma de sociedad anónima de acuerdo a la Ley de Actividad Empresarial del Estado y la Ley General de Sociedades; se le da la categoría de Operador Público, mientras que los concesionarios postales son Operadores Privados.

SERPOST S.A. se convierte en representante del estado peruano ante los organismos postales internacionales, se le da la concesión sin exclusividad del servicio postal en todo el Perú, concesión que lo obliga a prestar el servicio en todo el país con carácter de administración postal del estado para efecto del cumplimiento de los acuerdos y convenios internacionales.

Los operadores privados están obligados a abonar una tasa por concepto de concesión del servicio postal a favor del Ministerio de Transportes y Comunicaciones.

Por medio del Decreto Supremo N° 026-2004-MTC del 11 de julio de 2004 se crea el Registro Nacional de Concesionarios del Servicio Postal, a cargo de la Dirección General de Servicios Postales, a través de la Dirección de Gestión de Servicios Postales.

2.3. Bases epistémicos

2.3.1. Paradigma positivista

También denominado paradigma cuantitativo, empírico-analítico, racionalista es el paradigma dominante en algunas comunidades científicas. Tradicionalmente la investigación en educación ha seguido los postulados y principios surgidos de este paradigma.

Este enfoque se vincula a las ideas positivistas y empiristas de grandes teóricos del siglo XX y principio del XXI, como Comte (1788-1857), S. Mill (1806-1873), Durkheim (1858-1917) y Popper (Viena, 1902).

El positivismo es una escuela filosófica que defiende determinados supuestos sobre la concepción del mundo y el modo de conocerlo:

- a. El mundo natural tiene existencia propia, independientemente de quien lo estudia.
- b. Está gobernado por leyes que permiten explicar, predecir y controlar los fenómenos del mundo natural y pueden ser descubiertas y descritas de manera objetiva y libre de valor por los investigadores con métodos adecuados.
- c. El conocimiento que se obtiene se considera objetivo y factual, se basa en la experiencia y es válido para todos los tiempos y lugares, con independencia de quien lo descubre.
- d. Utiliza la vía hipotético-deductiva como lógica metodológica válida para todas las ciencias.
- e. Defiende la existencia de cierto grado de uniformidad y orden en la naturaleza.

En el ámbito educativo su aspiración básica es descubrir las leyes por las que se rigen los fenómenos educativos y elaborar teorías que guíen la acción educativa.

Como lo señala Poplewitz (1988-66), este enfoque se puede configurar a partir de cinco supuestos interrelacionados:

- a. La teoría ha de ser universal, no vinculada a un contexto específico ni las circunstancias en las que se formulan las generalizaciones.
- b. Los enunciados científicos son independientes de los fines y valores de los individuos. La función de la ciencia se limita a descubrir las relaciones entre los hechos.

- c. El mundo social existe como un sistema de variable. Éstos son elementos distintos y analíticamente separables en un sistema de interacciones.
- d. La importancia de definir operativamente las variables y de que las medidas sean fiables. Los conceptos y generalizaciones solo deben basarse en unidades de análisis que sean operativizables.
- e. La importancia de la estadística instrumento de análisis e interpretación de datos.

Este paradigma lleva asociado el peligro de reduccionismo al aplicarse al ámbito educativo. Si bien permite satisfacer ciertos criterios de rigor metodológico, sacrifica el estudio de otras dimensiones sustantivas del hecho educativo como realidad humana, sociocultural e incluso política e ideológica.

Por otra parte, si bien ha creado un cuerpo de conocimiento teórico como base para la práctica educativa, se cuestiona su incidencia y utilidad para mejorar la calidad de enseñanza y la práctica educativa.

2.4. Definición de términos conceptuales

- **SERVICIO POSTAL.** El **servicio postal** es un sistema dedicado a transportar alrededor del mundo documentos escritos, así como paquetes de tamaño pequeño o mediano (*encomiendas*). Todo envío a través del sistema postal es llamado **correo** o **correspondencia**. Los paquetes y las cartas son "envíos postales" que se pueden transportar por tierra, mar, o aire, cada uno con tarifas diferentes dependiendo de la duración de la entrega y el peso. Un sistema postal puede ser privado o estatal. Los sistemas privados a menudo tienen impuestas restricciones por parte de los gobiernos.
- **MERCADO POSTAL.** La naturaleza, rol y alcance de este mercado (que, en este sentido, es sinónimo con el sector postal) para distinguirlo de otros

sectores como transportes. • Los servicios que constituyen el producto (o output) de este mercado incluyen: • los servicios postales básicos; • el correo expreso (courier) y otros servicios de valor agregado; • otros servicios relacionados a lo postal (servicios financieros). • El subconjunto de servicios básicos que el gobierno garantiza como universal (incluyendo la designación de uno o más prestadores de servicio universal) y cómo serán financiados. • Las condiciones generales bajo las cuales operan los servicios postales (por ejemplo, si es un mercado competitivo o uno parcialmente reservado). • La organización estructural del PSU (carácter institucional, etc.).

- **SEGURIDAD POSTAL.** Para facilitar el desarrollo de una norma de seguridad y las mejores prácticas, la UPU ha establecido el Grupo de Seguridad Postal (PSG). Durante los últimos 15 años, este grupo estratégico se ha guiado por el lema de Seguridad Postal. El grupo está compuesto por expertos en seguridad de los 77 países miembros de PSAG y se carga con el desarrollo de la seguridad mundial y regional de estrategias para ayudar a todo el mundo puestos en sus misiones de seguridad. A través de iniciativas de formación, misiones de consultaría y los programas de prevención, el PSG se esfuerza por proteger a los empleados y activos.
- **GIRO POSTAL.** El giro postal es un servicio de pago de una cantidad específica de dinero remitida por medio del servicio de correos, de telégrafo, o de empresa especializada en ello a cualquier parte de un país o el mundo. Básicamente consiste en el envío de una cantidad de dinero especificando el lugar y la identidad de la persona o empresa a la que se le paga. La cantidad es entregada a la empresa que efectúa el servicio de giro (generalmente un operador postal). Esta cobra una tasa por la ejecución del

servicio, basada en la cantidad de dinero transferida. En la oficina de pago, se recibe el detalle del monto y quien recibe el dinero.

➤ **REFORMA POSTAL.** Según Rowland Hill, que se basó en las siguientes medidas: a) pago previo del porte de la correspondencia según tarifas (única forma de aceptación de los envíos); b) emisión de sellos postales adhesivos para abonar las tarifas (de acuerdo con su proyecto que proponía el uso de “un pequeño trozo de papel del tamaño suficiente para imprimir el sello y recubierto al dorso de un baño de goma”); c) tarifas uniformes dentro del país, teniendo en cuenta el peso, sin considerar las distancias, con el fin de lograr tasas económicas y accesibles a las más modestas posibilidades; d) rebaja efectiva de las tarifas a un pe- nique por cada media onza de peso (14 gramos).

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1. Tipo de investigación

Tomando como referencia los tipos de investigación que presenta Héctor Martínez Ruiz (2009), en su obra Metodología de la Investigación que han sido adaptadas al campo de las ciencias sociales, según el grado de abstracción; nuestro trabajo de investigación se ubicó en el tipo de investigación aplicada, porque del conocimiento de la realidad y los factores para la implementación del Plan Integral de reforma en el desarrollo postal en SERPOST S.A. con los resultados nos han permitido implementar el Plan de Reforma Integral y así poder contribuir con el desarrollo de la Oficina Postal en SERPOST S. A. de Huánuco.

3.2. Nivel de la investigación

De acuerdo a Carrasco (2009), La presente investigación se inició en el nivel descriptivo porque en el proceso de la investigación se pudo observar y describir la situación actual y elementos del Plan Integral de Reforma, llegándose al nivel explicativo ya que se determinó la relación causa y efecto.

3.3. Diseño y esquema de la investigación

Teniendo en cuenta la clasificación de los diseños experimentales de Hernández Sampieri (2003), el presente estudio de investigación correspondió a un diseño experimental en su modalidad CUASI EXPERIMENTAL, estos modelos se utilizan en casos donde es difícil o casi imposible el control experimental

riguroso y sólo es posible alcanzar a manejar algunas fuentes que amenacen su validez tanto interna como externa.

En este diseño intervienen dos grupos de trabajo, un grupo experimental y un grupo control con la aplicación de pre prueba y post prueba, cuyo esquema es el siguiente:

G1: O₁.....X.....O₂

G2: O₃ — O₄

Dónde:

Se tuvo dos grupos para llevar a cabo la investigación; la cual fue como sigue:

GE: Grupo experimental; es el grupo a quien se le aplicó el programa experimental y donde se manipuló las variables.

GC: Grupo control; es el grupo donde no hubo tratamiento ni aplicación de ningún programa.

X: Representó la variable independiente: aplicación de los elementos del plan integral de reforma. (Mercado de servicios, reforma legal, servicio postal universal y operador designado).

O₁: Representó a la pre prueba que se aplicó al grupo experimental.

O₂: Representó a la post prueba que se aplicó al grupo experimental.

O₃: Representó a la pre prueba que se aplicó al grupo control.

O₄: Representó a la post prueba que se aplicó al grupo control.

—: Representó la ausencia del tratamiento experimental, en otras palabras no se aplica el programa.

3.4. Método

El método que se empleó para realizar nuestra investigación fue el método científico, el mismo que nos ha permitido establecer el problema de investigación,

los objetivos e hipótesis, así como el diseño de investigación, las técnicas e instrumentos; es decir el desarrollo sistemático y ordenado de la investigación. Según Torres Bardales (1995), el método se emplea según los propósitos y el tipo de problema que se pretende resolver con la investigación. Además se utilizó el método inductivo que nos ha permitido estudiar la problemática particular, en éste caso los factores del Plan Integral de Reforma para luego contrastarlas con las teorías y sacar conclusiones generales; igualmente se utilizó el método deductivo, porque se revisaron las diferentes teorías relacionadas con el Plan Integral de Reforma para luego verificar lo que está ocurriendo en la realidad de la Oficina Postal de SERPOST S. A. en Huánuco.

3.5. Población y muestra

3.5.1. Población

La población de la presente investigación estuvo constituida por todos los trabajadores de SERPOST S.A. de Huánuco, distribuidos en grupos ocupacionales: funcionarios, profesionales, técnicos, auxiliares, obreros, personal contratado por planillas y personal por contratos administrativos de servicios-CAS; y los usuarios del servicio. Fueron un total de: 365 personas entre trabajadores y usuarios.

3.5.2. Muestra

Para determinar la muestra de nuestra investigación, hemos empleado el muestreo no probabilístico sin normas o circunstancial, en razón de que fue el investigador quien eligió de manera voluntaria o intencional a los 60 trabajadores y usuarios de SERPOST S.A. de Huánuco. Para el caso de los trabajadores se tomó aquellos dispuestos a colaborar con la investigación y para los usuarios se

tomó aquellos más frecuentes en el uso del servicio, incidiendo en aquellos que utilizan el servicio exporta fácil,

Al respecto; Sánchez Carlessi (1992), plantea: “Se dice que el muestreo es circunstancial cuando los elementos de la muestra se toman de cualquier manera, generalmente atendiendo razones de comodidad, circunstancias, etc.”. p. 24

La ventaja de esta muestra no probabilística es su totalidad para un determinado diseño de estudio, que requiere no tanto una representatividad de elementos de una población, sino una cuidadosa y controlada elección de sujetos con ciertas características especificadas previamente en el planteamiento del problema.

Por otro lado; Sampieri (2003) explica: “Las muestras no probabilísticas, también llamadas dirigidas, suponen un procedimiento de selección informal y un poco arbitrario. Aun así se utilizan en muchas investigaciones y a partir de ellas se hacen inferencias sobre la población. Está relacionado con el dicho para muestra basta un botón”. P. 226

Los criterios que se utilizaron para seleccionar la muestra fueron los siguientes:

1. Se consideró que los elementos de la muestra fueron trabajadores de SERPOST S.A. de Huánuco y conformados en dos grupos: G1 y G2.
2. Atendiendo razones de comodidad se realizó la distribución de los trabajadores en los grupos al azar, se han considerado a los trabajadores del grupo N° 01(G.E.), que durante el proceso de la investigación fue el grupo experimental y fue dirigido por la tesista y a los trabajadores del grupo N° 02 (G.C.), que fue el grupo de control y a quienes no se les aplicó ningún tratamiento.
3. En total la muestra estuvo constituido por 60 personas entre trabajadores y usuarios; 30 para el grupo experimental y 30 para el grupo control, ambos

grupos tuvieron similares características y se desarrollaron en las mismas condiciones.

Por lo tanto, la muestra de nuestro trabajo de investigación quedó establecida de la siguiente manera:

LOS TRABAJADORES Y USUARIOS DEL SERVICIO DE SERPOST S.A. DE HUÁNUCO

GRUPOS	PERSONAJES		TOTAL
	TRABAJADORES	USUARIOS	
Grupo Experimental: G1	14	16	30
Grupo de Control:G2	17	13	30

3.5.3. Unidad de análisis

Fueron los trabajadores y usuarios de los servicios de la Oficina Postal de SERPOST S.A. de Huánuco.

3.6. Técnicas e Instrumentos de recolección de datos

Para lograr los objetivos de investigación y recopilar los datos que nos permitieron probar nuestra hipótesis se utilizaron las siguientes técnicas:

a. La técnica documental

La técnica documental que nos ha permitido recopilar la información necesaria de la bibliografía consultada para el desarrollo de nuestra investigación, cuyo instrumento fue el uso de los diferentes tipos de fichas, mapas, cuadros, tablas, los mismos que nos condujeron a formular el planteamiento del problema y el marco teórico.

b. La técnica de la encuesta

La que nos ha permitido recoger información de primera fuente (datos) y presentarlos en cuadros y gráficos, utilizando como instrumento el cuestionario, el mismo que fue elaborado teniendo en cuenta los indicadores y dimensiones de las variables en estudio y así formular las interrogantes que formaron parte del

cuestionario, (Anexo N°02) lo que nos permitió medir el estado actual de los factores del plan integral de reforma postal y su efecto en el desarrollo de SERPOST S. A.

c. La técnica estadística

Se utilizó la estadística descriptiva que nos ha permitido procesar la información obtenida a través de los instrumentos y presentarlos en cuadros y gráficos estadísticos, en los que se determinó las frecuencias absolutas y frecuencias relativas; que luego fueron descritos, analizados, comparados e interpretados. Así mismo se hizo uso de la estadística inferencial para la prueba de hipótesis.

d. Validez, confiabilidad y objetividad de los instrumentos

Con las escalas elaboradas y la muestra establecida se procedió a la recolección de la información. Para ello se llevó a cabo la validez y la confiabilidad de los instrumentos de medición.

Se midió la variable dependiente o sea el desarrollo postal en SERPOST S.A.; en lo físico, tecnológico y financiero; teniendo en cuenta la objetividad, precisión, veracidad y autenticidad del instrumento de evaluación.

c.1. La validez

Al respecto Neil Salkind nos recomienda tener presente que “la validez de un instrumento a menudo se define dentro del contexto de cómo se está usando la prueba”.

Los instrumentos han pasado por un proceso de revisión y/o evaluación, mediante el juicio de expertos, en este caso se tuvo la evaluación de tres expertos: Dr. Rodolfo Valdivieso Echevarría, Dr. Elmer Jaimes Omonte y Dr. Hermilio Trujillo Martínez. (Anexo N°03) quienes evaluaron los instrumentos y que luego fueron aplicados.

Considerando los aspectos planteados por Neil Salkind, respecto a la validez, podemos afirmar: La validez del instrumento se midió en función a los resultados del cuestionario aplicado y no al cuestionario mismo.

Según Wiersman y Gronlund la validez es un concepto del cual pueden tenerse diferentes tipos de evidencias:

La validez de contenido; se hizo la evaluación del instrumento de investigación respecto a la coherencia, veracidad, secuencia y dominio del contenido (variables, indicadores e índices), de aquello que se midió. Nos permitió conocer si en el instrumento se ha considerado todos los temas y subtemas que comprendió la variable en estudio, es decir, si el instrumento preguntó o indagó acerca de todo lo que se necesitaba saber.

La validez de criterio; aquí se determinó comparando los resultados obtenidos con los instrumentos diseñados por la investigadora, con los resultados estandarizados de otros cuestionarios considerados óptimos o modelos en cuanto a su eficiencia y eficacia.

La validez de constructo; en opinión de Neil Salkind es “el grado en que los resultados de una prueba se relacionan con constructos psicológicos subyacentes. Esta validez vincula los componentes prácticos del puntaje de una prueba con alguna teoría o modelo de conducta subyacente”.

Hernández Sampieri y otros sostienen que la validez de un constructo “se refiere al grado en que una medición se relaciona consistentemente con otras mediciones, de acuerdo con hipótesis derivadas teóricamente y que conciernen a los conceptos (o constructos) que están siendo medidos. Un constructo es una variable medida y que tiene lugar dentro de una teoría o esquema teórico”.

Los constructos como conjunto de variables, categorías, conceptos, dentro de un contexto teórico científico han requerido por parte del investigador, el

dominio y conocimiento pleno para el diseño adecuado del instrumento, y de tal manera que han sido de suma utilidad a las conclusiones y resultados finales del trabajo de investigación.

c.2. La confiabilidad

La confiabilidad es la cualidad o propiedad de nuestro instrumento de medición, que nos permitió obtener los mismos resultados, al aplicarse una o más veces a la misma persona o grupos de personas en diferentes periodos de tiempo.

Los términos claves que la identificaron fueron: consistente estable, predecible y objetivo. Consistente estable, porque los resultados no variaron, aun cuando han sido obtenidos en diferentes tiempos. Predecible porque la precisión y certeza del instrumento hizo suponer las características de los resultados. Y objetivo, porque los resultados obtenidos se ajustaron a la realidad a la cual corresponden las variables en estudio.

Neil Salkind, nos dice que “algo que es confiable, funciona en el futuro como lo ha hecho en el pasado. Una prueba o medida de conducta confiable, puede medir la misma cosa más de una vez y producirá los mismos resultados”.

Según el autor citado, la confiabilidad de nuestro instrumento se midió en tanto permitió obtener los mismos resultados en tiempos diferentes y a las mismas personas, haciendo uso de las pruebas piloto a un grupo de seis personas, en dos oportunidades se les aplicó el instrumento, al procesar la información se tuvieron resultados muy similares.

En opinión de Hernández Sampieri y otros, “la confiabilidad de un instrumento de medición se refiere al grado en que su aplicación repetida al mismo sujeto u objeto, produce iguales resultados”.

3.7. Técnicas de recojo, procesamiento y presentación de datos

3.7.1. Técnicas para la recolección de datos

Para la recolección de los datos se utilizó la técnica de la encuesta, con su instrumento cuestionario, el mismo que se aplicó tanto al grupo experimental como al grupo control, considerando datos referidos a las variables en estudio, sus dimensiones e indicadores.

3.7.2. Técnicas para el procesamiento de datos

a. La revisión y consistencia de la Información

Este paso consistió básicamente en depurar la información revisando los datos obtenidos en los instrumentos de trabajo de campo, con el propósito de ajustar los llamados datos primarios (juicio de expertos).

b. Clasificación de la Información

Se llevó a cabo porque se tuvo que agrupar datos teniendo en cuenta las dimensiones e indicadores establecidos en la operacionalización de las variables, estableciendo la distribución de frecuencias absolutas y relativas con la información obtenida.

c. La Codificación y Tabulación

La codificación es la etapa en la que se formó un cuerpo o grupo de símbolos o valores de tal manera que los datos fueron tabulados, generalmente se efectuó con números o letras. La tabulación manual se realizó ubicando cada una de las variables en los grupos establecidos en la clasificación de datos, o sea en la distribución de frecuencias. También se utilizó la tabulación mecánica, aplicando programas o paquetes estadísticos de sistema computarizado. Esto nos ha permitido la objetividad de los resultados adquiridos.

3.7.3. Técnicas para el análisis e interpretación de datos

a. Estadística descriptiva para cada variable

- **Medidas de tendencia central**, Porque se requería saber con exactitud la media, mediana y la moda de los datos agrupados de acuerdo a la evaluación cualitativa y criterial.
- **Medidas de dispersión**, se calculó la desviación típica o estándar, porque muestran la variabilidad de una distribución, indicando por medio de un número, si las diferentes puntuaciones de una variable están muy alejadas de la media. Cuanto mayor sea ese valor, mayor será la variabilidad, cuanto menor sea, más homogénea será a la media.

b. Estadística inferencial para la prueba de hipótesis

Se aplicó la prueba de hipótesis utilizando la t de student, ya que la muestra en estudio así lo permitió, estableciendo las diferencias de medias usando la distribución normal; se usó porque se quiso obtener conclusiones útiles, para hacer deducciones sobre una totalidad, basándose en la información numérica de la muestra. Asimismo, para realizar inferencias y predicciones asociadas a los fenómenos en cuestión teniendo en cuenta la aleatoriedad de las observaciones y para modelar patrones en los datos y extraer inferencias acerca de la población bajo estudio.

3.7.4. Técnicas para la presentación de datos

c. Cuadros estadísticos bidimensionales

Con la finalidad de presentar datos ordenados y así facilitar su lectura y análisis, se elaboró cuadros estadísticos de tipo bidimensional, es decir, de doble entrada porque en dichos cuadros se distingue las dos variables de investigación.

d. Gráficos de barras

Sirvió para relacionar las puntuaciones con sus respectivas frecuencias, es propio de un nivel de medición por intervalos, fue el más indicado y el más comprensible.

3.7.5. Técnicas Para el Informe Final

- e. La Redacción Científica:** Se llevó a cabo siguiendo las pautas que se establecen para su cumplimiento en el Reglamento de Grado de Doctor de la Escuela de Posgrado de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán de Huánuco.
- f. Sistema Computarizado:** Asimismo, el informe se elaboró utilizando distintos procesadores de textos, paquetes y programas, insertando gráficos y textos de un archivo a otro. Algunos de estos programas son: Word, Excel (hoja de cálculo y gráficos) y SPSS.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

4.1. Resultados del trabajo de campo con la aplicación estadística, mediante distribuciones de frecuencias y gráficos

Luego de haber determinado la validez de los instrumentos de las variables independiente y dependiente, se aplicaron ambos cuestionarios a los trabajadores y usuarios participantes de la muestra, dichos resultados presentamos a continuación sistematizados en cuadros estadísticos, tablas de distribución de frecuencias y gráficos, los mismos que facilitaron el análisis y la interpretación correspondiente.

CUADRO N° 03
RESULTADOS DE LA PRE PRUEBA Y POST PRUEBA DEL GRUPO CONTROL Y GRUPO EXPERIMENTAL DE LOS TRABAJADORES Y USUARIOS DEL SERVICIO DE SERPOST S.A. DE HUÁNUCO

N°	GRUPO EXPERIMENTAL (G1)		GRUPO CONTROL (G2)	
	PRE PRUEBA	POST PRUEBA	PRE PRUEBA	POST PRUEBA
	NOTA	NOTA	NOTA	NOTA
1	10	14	10	09
2	08	15	09	12
3	05	16	10	13
4	09	16	10	14
5	10	15	05	08
6	11	18	06	05
7	08	16	09	10
8	07	15	07	07
9	10	18	10	08
10	10	17	11	10
11	05	14	05	09
12	05	15	08	07
13	12	18	10	10
14	10	16	11	11
15	06	17	05	07
16	08	14	06	06
17	05	17	05	05
18	09	15	06	06
19	08	16	10	09
20	07	14	07	06
21	10	17	11	12
22	08	18	11	07
23	08	16	09	08
24	09	19	12	10
25	11	14	09	09
26	06	15	07	07
27	12	16	08	10
28	09	18	09	11
29	10	17	09	07
30	12	16	10	06

FUENTE: Resultado de la Prueba y pos prueba

ESCALA DE VALORACION			
Satisfactorio	Medianamente Satisfactorio	Mínimamente Satisfactorio	Insatisfactorio
(18 - 20)	(14 - 17)	(11 - 13)	(0 - 10)

En el cuadro anterior se puede observar que en la pre prueba del grupo experimental las notas obtenidas se encuentran dentro del rango entre 11 y 13, lo que significa que están mínimamente satisfactorios. En la pos prueba las notas se ubican en el rango entre 18 a 20 lo que se interpreta que la aplicación del Plan Integral de Reforma mejoró notablemente en la escala de satisfactorio. Respecto al grupo de control tanto en la pre prueba como en la post prueba las notas se ubican en la escala de mínimamente satisfactorio e insatisfactorio, deduciendo que no se ha producido ningún cambio significativo.

4.1.1. Resultados de la pre prueba

a. Para el grupo experimental

**CUADRO N° 04
RESULTADOS DE LA PRE PRUEBA DEL GRUPO EXPERIMENTAL DE LOS
TRABAJADORES Y USUARIOS DEL SERVICIO DE SERPOST S.A. DE HUÁNUCO**

ESCALA VALORATIVA		fi	hi	%
LITERAL	NUMÉRICA [L ₁ - L ₂]			
Insatisfactorio	[00 - 10]	25	0.8	83
Mínimamente Satisfactorio	[11 - 13]	5	0.2	17
Medianamente Satisfactorio	[14 - 17]	0	0	0
Satisfactorio	[18 - 20]	0	0	0
Σ		30	1	100

Fuente: Preprueba
Elaboración: Propia

Interpretación de los resultados de la pre prueba

Del análisis se infiere que el 83% de los trabajadores y usuarios pertenecientes al grupo experimental obtuvieron puntajes entre 00 y 10, lo que hace suponer que evidencian dificultades en el desarrollo postal de SERPOST S.

A.; lo que demuestra que se encontraban en la escala de insatisfactorio con respecto a la escala valorativa.

b. Para el grupo control

CUADRO N° 05

RESULTADOS DE LA PRE PRUEBA DEL GRUPO CONTROL DE LOS TRABAJADORES Y USUARIOS DEL SERVICIO DE SERPOST S.A. DE HUÁNUCO

ESCALA VALORATIVA		fi	hi	%
LITERAL	NUMÉRICA [L ₁ - L ₂]			
Insatisfactorio	[00 - 10]	25	0.8	83
Mínimamente Satisfactorio	[11 - 13]	5	0.2	17
Medianamente Satisfactorio	[14 - 17]	0	0	0
Satisfactorio	[18 - 20]	0	0	0
Σ		30	1	100

Fuente: Pre prueba
Elaboración: propia

Interpretación de los resultados de la pre prueba

Del análisis se infiere que el 83% de los trabajadores y usuarios pertenecientes al grupo control obtuvieron puntajes entre 00 y 10, lo que hace suponer que evidencian dificultades en el desarrollo postal de SERPOST S. A.; los resultados demuestran que se encontraban en insatisfactorio con respecto a la escala valorativa.

4.1.2. Resultados de la post prueba

a. Para el grupo experimental

CUADRO N° 06

RESULTADOS DE LA POST PRUEBA DEL GRUPO EXPERIMENTAL DE LOS TRABAJADORES Y USUARIOS DEL SERVICIO DE SERPOST S.A. DE HUÁNUCO

ESCALA VALORATIVA		fi	hi	%
LITERAL	NUMÉRICA [L ₁ - L ₂]			
Insatisfactorio	[00 - 10]	0	0.0	0
Mínimamente Satisfactorio	[11 - 13]	0	0.0	0
Medianamente Satisfactorio	[14 - 17]	24	0.8	80
Satisfactorio	[18 - 20]	6	0.2	20
Σ		30	1	100

Fuente: Pos prueba

Elaboración: propia

Interpretación de los resultados de la post prueba

Del análisis se infiere que el 80% de los trabajadores y usuarios pertenecientes al grupo experimental se ubicaron en medianamente satisfactorio con puntajes entre 14 y 17, lo que hace suponer que durante el proceso de aplicación del plan integral de reforma adquirieron conocimientos y cambios significativos, utilizando las estrategias pertinentes.

b. Para el grupo control

CUADRO N° 07

RESULTADOS DE LA POST PRUEBA DEL GRUPO CONTROL DE LOS TRABAJADORES Y USUARIOS DEL SERVICIO DE SERPOST S.A. DE HUÁNUCO

ESCALA VALORATIVA		fi	hi	%
LITERAL	NUMÉRICA [L ₁ - L ₂]			
Insatisfactorio	[00 - 10]	24	0.8	80
Mínimamente Satisfactorio	[11 - 13]	5	0.2	17
Medianamente Satisfactorio	[14 - 17]	1	0.0	3
Satisfactorio	[18 - 20]	0	0.0	0
Σ		30	1	100

Fuente: Pos prueba
Elaboración: propia

Interpretación de los resultados de la post prueba

Del análisis se infiere que el 80% de los trabajadores y usuarios pertenecientes al grupo control obtuvieron puntajes entre 00 y 10 en la post prueba, lo que hace suponer que evidencian dificultades en el desarrollo postal de SERPOST S.A.; lo que demuestra que se encuentran en insatisfactorio con respecto a la escala valorativa.

4.1.3. Comparación de resultados entre la pre y post prueba

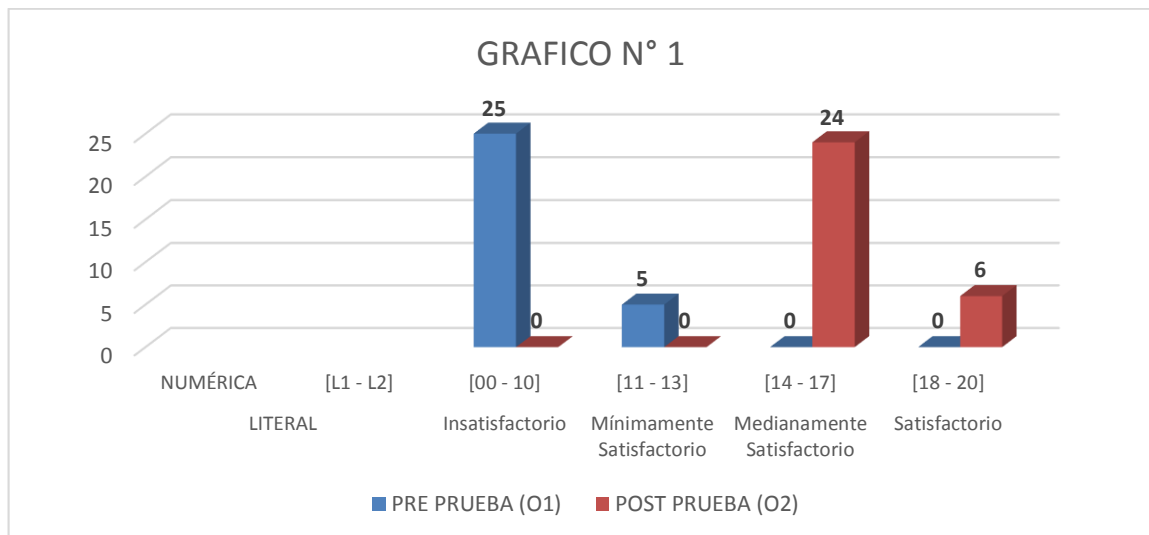
a. Para el grupo experimental

CUADRO N° 08

RESULTADOS DE LA PRE Y POST PRUEBA DEL GRUPO EXPERIMENTAL DE TRABAJADORES Y USUARIOS DEL SERVICIO DE SERPOST S.A. DE HUÁNUCO

ESCALA VALORATIVA		PRE PRUEBA (O ₁)	POST PRUEBA (O ₂)
LITERAL	NUMÉRICA [L ₁ - L ₂]		
Insatisfactorio	[00 - 10]	25	0
Mínimamente Satisfactorio	[11 - 13]	5	0
Medianamente Satisfactorio	[14 - 17]	0	24
Satisfactorio	[18 - 20]	0	6
Σ		30	30

Fuente: Pre y pos prueba
Elaboración: propia



Fuente: Cuadro N° 08
Elaboración: propia

Análisis e interpretación de los resultados de la pre y post prueba

La tabla y el gráfico respectivo, nos muestra que en la pre prueba 25 trabajadores y usuarios se encontraban en **insatisfactorio**; las cuales obtuvieron puntajes entre 00 y 10 en lo que respecta al desarrollo postal de SERPOST S.A. ; y en la post prueba se superó dicha deficiencia, donde 24 trabajadores y usuarios

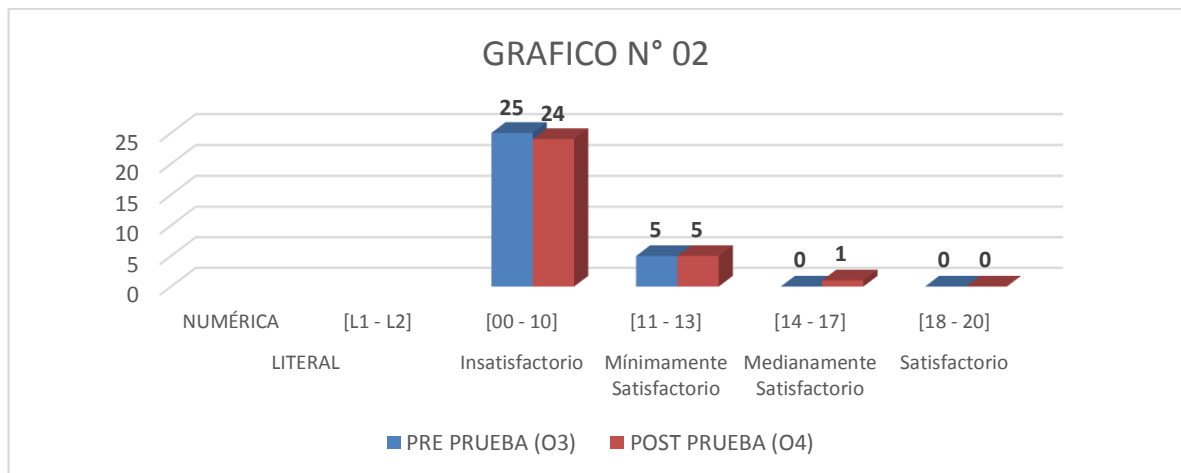
se ubicaron en **medianamente satisfactorio** obteniendo notas entre 14 y 17; asimismo se observa que 6 trabajadores y usuarios se ubican en **satisfactorio** con notas entre 18 y 20; después de la aplicación del plan.

b. Para el grupo control

CUADRO N° 09**RESULTADOS DE LA PRE Y POST PRUEBA DEL GRUPO CONTROL DE LOS TRABAJADORES Y USUARIOS DEL SERVICIO DE SERPOST S.A. DE HUÁNUCO**

ESCALA VALORATIVA		PRE PRUEBA (O ₃)	POST PRUEBA (O ₄)
LITERAL	NUMÉRICA [L ₁ - L ₂]		
Insatisfactorio	[00 - 10]	25	24
Mínimamente Satisfactorio	[11 - 13]	5	5
Medianamente Satisfactorio	[14 - 17]	0	1
Satisfactorio	[18 - 20]	0	0
Σ		30	30

Fuente: Pre y pos prueba
Elaboración: Propia



Fuente: Cuadro N° 09
Elaboración: propia

Análisis e interpretación de los resultados de la pre y post prueba

La tabla y el gráfico desarrollado nos muestra que en la pre prueba 25 trabajadores y usuarios se ubicaron en insatisfactorio, obteniendo puntajes entre 00 y 10 en lo que respecta al desarrollo postal de SERPOST S.A.; y en la post prueba 24 trabajadores y usuarios se ubican en el mismo nivel, una mínima cantidad **en mínimamente satisfactorio**; percibiéndose que no hubo ningún avance en el desarrollo postal de SERPOST S.A.

4.1.4. Comparación de resultados de la post prueba entre el grupo experimental y control

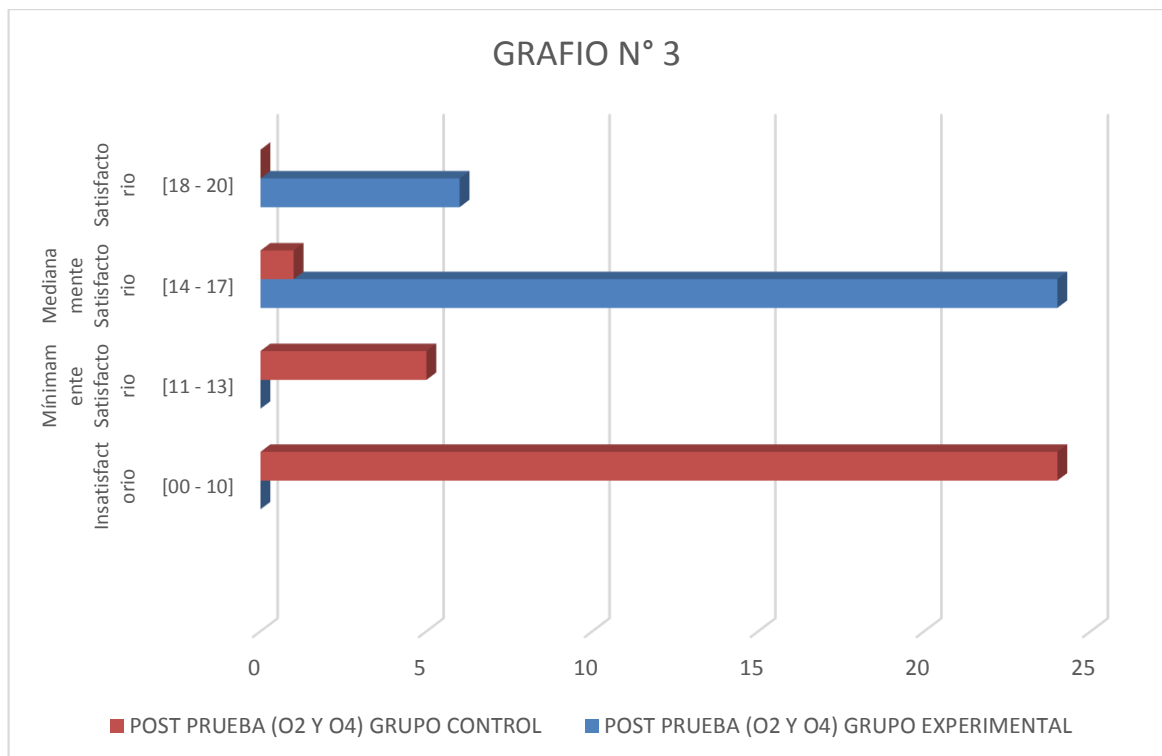
CUADRO N° 10

RESULTADOS DE LA POST PRUEBA DEL GRUPO EXPERIMENTAL Y CONTROL DE LOSTRABAJADORES Y USUARIOS DEL SERVICIO DE SERPOST S.A. DE HUÁNUCO

ESCALA VALORATIVA		POST PRUEBA (O ₂ Y O ₄)	
LITERAL	NUMÉRICA [L ₁ - L ₂]	GRUPO EXPERIMENTAL	GRUPO CONTROL
Insatisfactorio	[00 - 10]	0	24
Mínimamente Satisfactorio	[11 - 13]	0	5
Medianamente Satisfactorio	[14 - 17]	24	1
Satisfactorio	[18 - 20]	6	0
Σ		30	30

Fuente: Pos prueba

Elaboración: Propia



Fuente: Cuadro N° 10

Elaboración: propia

Análisis e interpretación de los resultados de la post prueba de ambos grupos

Comparando la post prueba entre el grupo experimental y el grupo control,

percibimos que 24 trabajadores y usuarios del grupo experimental se ubican en **medianamente satisfactorio** con puntajes entre 14 y 17; mientras que 24 trabajadores y usuarios del grupo control se ubican en insatisfactorio con puntajes entre 00 y 10; lo que evidencia que el plan integral de reforma tiene un nivel de efectividad significativa en el desarrollo postal de SERPOSTS.A.

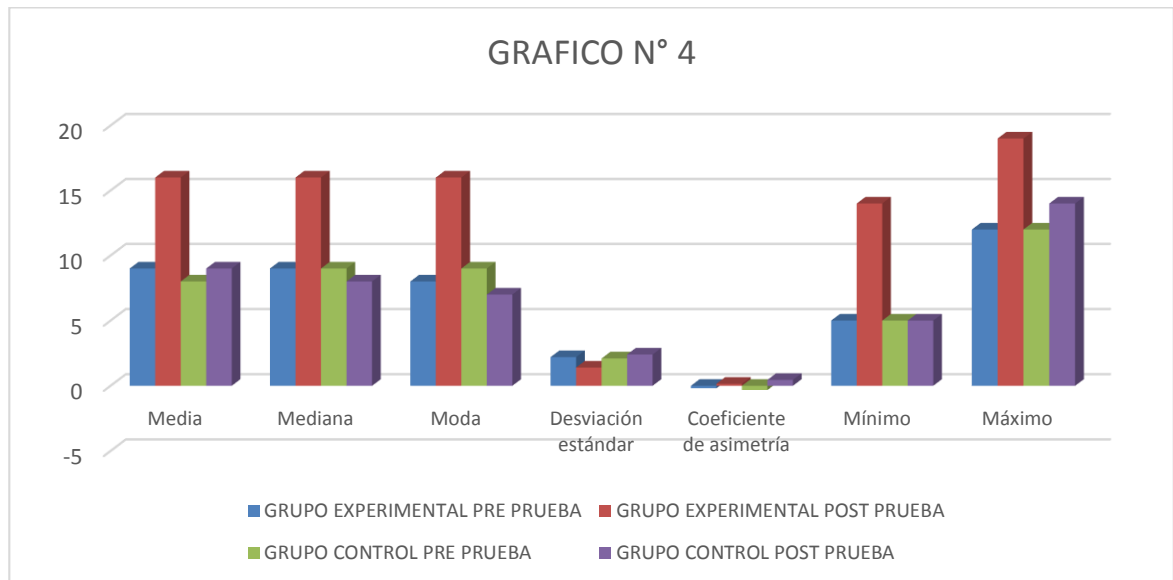
4.1.5. Análisis comparativo de los estadígrafos

CUADRO N° 11

ANÁLISIS DESCRIPTIVO DE LOS ESTADÍGRAFOS DE LOS GRUPOS EXPERIMENTAL Y CONTROL SEGÚN PUNTAJES DE LA PRE PRUEBA Y POST PRUEBA

ESTADÍGRAFOS	GRUPO EXPERIMENTAL		GRUPO CONTROL	
	PRE PRUEBA	POST PRUEBA	PRE PRUEBA	POST PRUEBA
Media	9	16	8	9
Mediana	9	16	9	8
Moda	8	16	9	7
Desviación estándar	2.2	1.4	2.1	2.4
Coefficiente de asimetría	-0.189	0.151	-0.327	0.448
Mínimo	5	14	5	5
Máximo	12	19	12	14
Muestra (n)	30	30	30	30

Fuente: Pre y pos prueba
Elaboración: Propia



Fuente: Cuadro N° 11
Elaboración: Propia

Análisis e interpretación de los estadígrafos

En el Cuadro N° 09 y el Grafico respectivo se observa las medidas estadísticas de los datos obtenidos mediante la aplicación del instrumento a la muestra en dos momentos; pre prueba al inicio del experimento y post prueba al final del mismo. Como se puede apreciar en los valores de los estadígrafos de

resumen, dispersión y simetría, se observan diferencias sustanciales entre el grupo experimental y el grupo control, lo que evidencian que ambos grupos se encontraban en situaciones similares al inicio de la investigación.

Las medidas de tendencia central (Media, Mediana y Moda) en el grupo experimental indican diferencias significativas entre el inicio del experimento y la finalización del mismo; hubo un desplazamiento de los puntajes obtenidos, desde la izquierda hacia la derecha, ubicándose al final en puntajes más altos. Mientras tanto, en el grupo control este fenómeno no se observa; es decir, como no hubo tratamiento no hay respuesta alguna; o podría decirse que no son significativas estadísticamente.

Las medidas de dispersión (desviación estándar), indican el grado de cohesión de los datos en relación a las medidas de tendencia central. En el grupo experimental se observa una disminución significativa en la desviación estándar, el mismo que nos indica que desarrollo postal de SERPOST S.A. con la aplicación del plan integral de reforma produce resultados favorables a nuestro propósito. El comportamiento de las mismas medidas para el grupo control es impredecible; indicándonos que cuando no se presentan o aplican propuestas específicas, no se debe esperar ningún resultado favorable. Estos valores de la desviación estándar nos permiten afirmar que las notas del grupo experimental son ligeramente más homogéneas que las notas del grupo control.

Del análisis se demuestra que al grupo experimental le corresponde un coeficiente de asimetría de 0,151 y al grupo control de 0,448 en ambos casos se observa un sesgo positivo, es decir existe relativo predominio de valores menores respecto a la media aritmética.

Luego del análisis comparativo de los estadígrafos de la post prueba podemos establecer la existencia de diferencias en el nivel de mejora en el

desarrollo postal de SERPOST S.A. en los grupos experimentales y control, al finalizar la aplicación del plan integral de reforma.

4.1.6. Prueba de hipótesis

Con la finalidad de elevar el nivel de la investigación y darle el carácter científico, nos permitimos someter a prueba nuestra hipótesis, de modo que la contratación de la hipótesis formulada sea generalizable. Para tal efecto se ha considerado los siguientes pasos:

a. Formulación de la hipótesis

Hipótesis Nula: “Los factores para la aplicación del Plan Integral de Reforma: mercado de servicios, reforma legal, servicio postal universal y operador designado no tienen un efecto directo en el desarrollo postal de SERPOST S. A. Huánuco”.

$$H_0: \mu_e = \mu_c$$

Hipótesis Alternativa: “Los factores para la aplicación del Plan Integral de Reforma: mercado de servicios, reforma legal, servicio postal universal y operador designado tienen un efecto directo en el desarrollo postal de SERPOST S. A. Huánuco”.

$$H_a: \mu_e \neq \mu_c$$

b. Determinación si la prueba es unilateral o bilateral

La hipótesis alternativa indica que la prueba es bilateral de dos colas, porque se trata de verificar dos probabilidades.

c. Determinación del nivel de significatividad de la prueba

Asumimos el nivel de significación de 5%, en consecuencia el nivel de confiabilidad es de 95%.

d. Distribución aplicable para la prueba

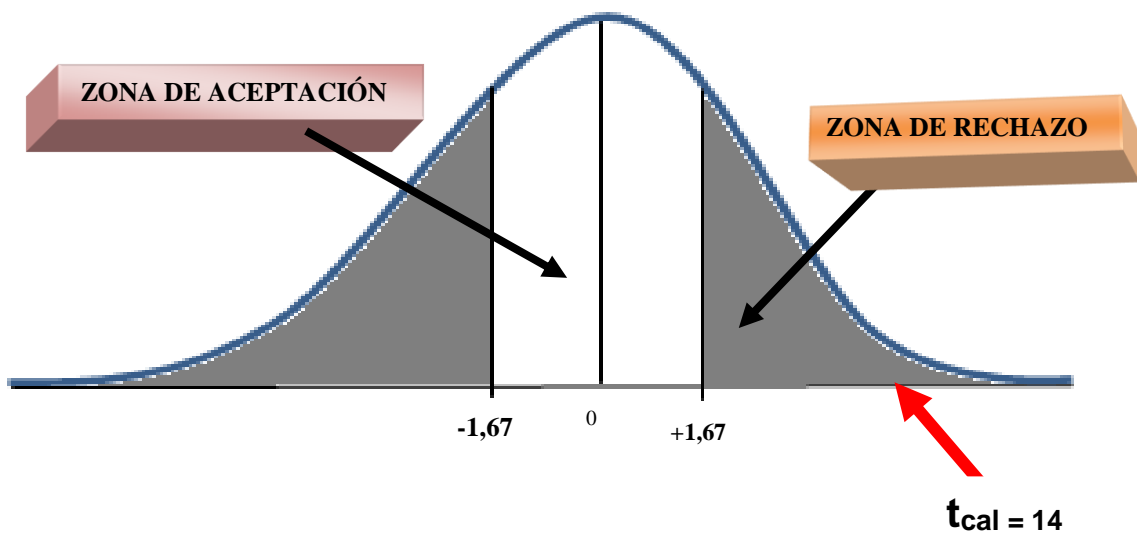
Considerando que los datos son la media de la muestra \bar{x} y la media poblacional μ , se utilizó la distribución muestral de medias. Además como $n \leq 30$ (muestra pequeña) y se desconoce σ (desviación estándar de la población) se empleó la distribución de Student.

e. El nivel gráfico de la prueba

Se determinó el valor crítico de la t de Student.

$$g\ell = n_1 + n_2 - 2 = 30 + 30 - 2 = 58 g\ell$$

Para la prueba de dos colas con $\alpha = 5\% = 0,05$ en la tabla de la distribución de Student, se tuvo para el lado derecho: $+t_{\text{crít.}} = 1,67$. Por simetría, en el lado izquierdo será: $-t_{\text{crít.}} = -1,67$.



f. Cálculo estadístico de la prueba

Siendo: $n_1 = 30$ y $n_2 = 30$, se utilizó la fórmula $t = \frac{\bar{x}_1 - \bar{x}_2}{\sqrt{\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}}}$ cuando las

muestras son del mismo tamaño.

Datos:

$$\bar{x}_1 = 16 \quad ; \quad \bar{x}_2 = 9$$

$$s_1^2 = 1,96 \quad ; \quad s_2^2 = 5,76$$

$$t = \frac{16 - 9}{\sqrt{\frac{1,96}{30} + \frac{5,76}{30}}} = \frac{7}{\sqrt{0,065 + 0,192}} = \frac{7}{\sqrt{0,257}} = \frac{7}{0,5} = 14 \quad t = 14$$

g. Toma de decisiones

Observamos en el diagrama, que el estadístico $t_{\text{cal}} = 14$ se halló dentro de la región de rechazo; por lo tanto, descartamos la H_0 y aceptamos la H_a , donde manifiesta que, la aplicación del Plan Integral de Reforma entonces influyó positivamente en desarrollo postal de SERPOST S.A. de Huánuco.

CAPÍTULO V

DISCUSIÓN DE RESULTADOS

En este capítulo presentamos la confrontación de la situación problemática formulada con los referentes bibliográficos, la hipótesis general en base a la prueba de hipótesis y el aporte científico de la investigación.

5.1. Contrastación de los resultados del trabajo de campo con los referentes bibliográficos de las bases teóricas.

Frente a la interrogante, ¿cuáles son los elementos para la aplicación del Plan Integral de Reforma y qué efecto tiene en el desarrollo postal de SERPOST S.A. Huánuco? luego de haber concluido con la investigación y a la luz de los resultados obtenidos se pudo determinar que la aplicación del plan tuvo un efecto significativo en el desarrollo postal en SERPOST S.A.

Tal como se evidencian en los cuadros 06; 07; 08 y 09 en las que se muestra la superioridad del grupo experimental en relación al grupo control, en lo referido al desarrollo postal en SERPOST S.A.

Al respecto; El Decreto Legislativo 685, dispositivo con rango de Ley (1991); nos dice que: El Decreto Legislativo 685, dispositivo con rango de Ley de fecha 5 de noviembre de 1991, declara al servicio postal de necesidad y utilidad pública y de preferente interés social cuyo fomento y control corresponde al Estado; liberalizándose al prohibirse todo monopolio en su prestación y establecerse que toda persona natural o jurídica, constituida o establecida en el país, tiene derecho a prestar libremente servicios postales en la forma regulada por las disposiciones de la materia; lo que se efectúa por concesión otorgada por el Sector Tutelar, el Ministerio de Transportes y Comunicaciones (MTC).

Se precisa que el servicio postal comprende la admisión, transporte y entrega de los envíos de correspondencia tales como: cartas, tarjetas postales, impresos, cecogramas, pequeños paquetes y encomiendas, así como la prestación de servicios postales de valores y otros calificados como postales por las normas pertinentes, con sujeción a los dispositivos vigentes y a lo establecido en los Convenios y Acuerdos Internacionales que el país haya ratificado.

En el cuadro N° 08; notamos que, en los resultados de la post prueba del grupo experimental, el 80% de los trabajadores y usuarios pertenecientes al grupo experimental se ubicaron en medianamente satisfactorio con puntajes entre 14 y 17, lo que hace suponer que durante el proceso de aplicación del plan integral de reforma adquirieron conocimientos significativos, utilizando las estrategias pertinentes.

Gonzales D'Alcantara, Econometrista de la Universidad de Amberes, insta a los países a elegir una de las dos opciones para cada una de las características de sus modelos: por ejemplo, valor o volumen, híbrido u homogéneo, mejor servicio o servicio completo. Según D'Alcantara, no hay buenas o malas elecciones, pero los países necesitan centrarse y seguir su estrategia de manera consistente. Algunos países no requieren grandes reformas ya que su Correo tiene tarifas elevadas de entrega...

Asimismo; El Decreto Legislativo 685, dispositivo con rango de Ley (1991); manifiesta que: Esta Ley crea la empresa denominada Servicios Postales del Perú S.A. (SERPOST S.A.), como persona jurídica de derecho privado, organizada bajo la forma comercial de sociedad anónima, de acuerdo a la Ley de la Actividad Empresarial del Estado y a la Ley General de Sociedades; a la que otorga la concesión sin exclusividad del servicio postal en todo el país, obligándola a prestar dicho servicio en todo el territorio nacional, con carácter de

Administración Postal del Estado, para el cumplimiento de los acuerdos y convenios internacionales.

Instaura que el presupuesto total de servicios personales, operaciones, inversiones y otros, de SERPOST S.A., serán cubiertos íntegramente con recursos propios provenientes de la prestación del servicio postal, actividades complementarias y el producto de actividades financieras, sin gravar al Tesoro Público de la Nación.

En cuanto al régimen de operación de los servicios, este Decreto Legislativo establece una serie de disposiciones referidas a los alcances de las concesiones que se otorgan para la prestación del servicio postal, como la obligación de los concesionarios de brindar el servicio sin discriminar a los usuarios, los ámbitos de operación de los concesionarios, la facultad del Estado de supervisar la actividad de éstos, tarifas en libre competencia, entre otras.

De acuerdo al cuadro N° 08; los resultados del grupo control en la pre prueba nos muestra que en la pre prueba 25 trabajadores y usuarios se encontraban en insatisfactorio; las cuales obtuvieron puntajes entre 00 y 10 en lo que respecta al desarrollo postal de SERPOST S.A.; y en la post prueba se superó dicha deficiencia, donde 24 trabajadores y usuarios se ubicaron en medianamente satisfactorio obteniendo notas entre 14 y 17; asimismo se observa que 6 estudiantes se ubican en satisfactorio con notas entre 18 y 20; después de la aplicación del plan. Sin embargo; en el cuadro N° 09 nos muestra que en la pre prueba 25 trabajadores y usuarios se ubicaron en insatisfactorio, obteniendo puntajes entre 00 y 10 en lo que respecta al desarrollo postal de SERPOST S.A.; y en la post prueba 24 trabajadores y usuarios se ubican en el mismo nivel, una mínima cantidad en mínimamente satisfactorio; percibiéndose que no hubo ningún avance en el desarrollo postal de SERPOST S.A.

Dahlsten (1999); manifestó que, “la reestructuración del mercado postal europeo debería llevarnos a unos servicios postales más fusionados, a una mayor competencia internacional y a un mercado más vibrante. Sin embargo, teniendo en cuenta la situación, todo esto sucederá de manera más lenta que la esperada. El problema con el mercado postal es que, se es consciente de su gran interés social y, al mismo tiempo, se desea obtener beneficios de los incentivos derivados de un mercado en competencia. Hay que ser pragmático y aplicar la regulación con un cierto sentido común. Como continuamente se desarrollan nuevas alternativas, tenemos que ser realistas sobre las expectativas en lo que se refiere a las alternativas de la entrega; la gente ya no depende tanto del correo como antes de la llegada de internet y los mensajes de texto”.

El Decreto Supremo N° 032-93-TCC, Reglamento de Servicios y Concesiones Postales, norma que desarrolla reglamentariamente fundamentalmente los aspectos relacionados con el otorgamiento de concesiones, establece que los concesionarios de servicios postales podrán diseñar su propio sistema operativo.

Como se puede apreciar en el cuadro N° 11 sobre los valores de los estadígrafos de resumen, dispersión y simetría, existen diferencias sustanciales entre el grupo experimental y el grupo control, lo que evidencian que ambos grupos se encontraban en situaciones similares al inicio de la investigación.

Las medidas de tendencia central (Media, Mediana y Moda) en el grupo experimental indican diferencias significativas entre el inicio del experimento y la finalización del mismo. Mientras tanto, en el grupo control este fenómeno no se observa; es decir, como no hubo tratamiento no hay respuesta alguna.

Las medidas de tendencia central (Media, Mediana y Moda) en el grupo experimental indican diferencias significativas entre el inicio del experimento y la

finalización del mismo; hubo un desplazamiento de los puntajes obtenidos, desde la izquierda hacia la derecha, ubicándose al final en puntajes más altos. Mientras tanto, en el grupo control este fenómeno no se observa; es decir, como no hubo tratamiento no hay respuesta alguna; o podría decirse que no son significativas estadísticamente. El comportamiento de las mismas medidas para el grupo control es impredecible; indicándonos que cuando no se presentan o aplican propuestas específicas, no se debe esperar ningún resultado favorable. Estos valores de la desviación estándar nos permiten afirmar que las notas del grupo experimental son ligeramente más homogéneas que las notas del grupo control.

En definitiva, al decir de Murray Buchanan: El centro de atención de la reunión lo constituyeron las mejores prácticas, y la promoción de una buena regulación. «Queremos ver las condiciones bajo las cuales el mercado postal prosperaría y crecería»...«Queremos ayudar a nuestros países miembros a comprender las ventajas y dificultades que conlleva cualquier situación del mercado, ya sea éste liberalizado o monopolizado, con muchas o con pocas obligaciones de servicio universal»; así mismo en la agenda también estaba el papel de los reguladores, en el entorno lleno de desafíos, se enfrentan con la necesidad de facilitar a los nuevos actores del mercado la sana competencia con los otros operadores, además de modular los modelos de negocio tradicionales...

5.2. Contrastación de la hipótesis general en base a la prueba de hipótesis

Frente a la hipótesis propuesta, “Los elementos para la aplicación del Plan Integral de Reforma: mercado de servicios, reforma legal, servicio postal universal y operador designado tienen un efecto directo en el desarrollo postal de SERPOST S. A. Huánuco”, luego de haber aplicado la décima de hipótesis tenemos indicios suficientes que nos prueban que el desarrollo postal de

SERPOST S.A. aplicando el plan integral de reforma en el grupo experimental, es mayor que el grupo control, ya que el valor de t cal. = 14 es mayor significativamente respecto a t crít. = 1,67 en consecuencia se rechaza la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alterna.

Al finalizar el presente trabajo de investigación, se observa que existe un resultado ascendente en el grupo experimental, tal como se muestra en la prueba de hipótesis. Demostrando que los factores para la aplicación del Plan Integral de Reforma: mercado de servicios, reforma legal, servicio postal universal y operador designado tienen un efecto directo en el desarrollo postal de SERPOST S. A. Huánuco; es decir, se ha cambiado en lo referido al ambiente físico o la infraestructura convirtiéndose en ideal para la prestación de los servicios que se brinda a los clientes; en lo tecnológico o tecnología se adecuó los medios de inter operatividad; asimismo, en lo financiero los ingresos se revirtieron permitiendo realizar reinversiones en beneficio de los usuarios.

5.3. Aporte científico de la investigación

El resultado y producto de nuestra investigación tiene una importancia teórico científico, pues se trata de una contribución al desarrollo de la ciencia de la educación. Además, el presente trabajo de investigación tiene una importancia práctica, en el sentido de la ayuda reciproca de solidaridad social y de superación, del interés de la colectividad.

Con los resultados de nuestra investigación estamos confirmando la Importancia que tienen los servicios postales básicos que incluyen en primer lugar, los servicios tradicionales de correo que se ofrecen a las empresas y a las personas individuales, como son cartas (facturas, estados de cuentas, recibos y otros envíos de negocios) y los impresos; y de otra parte los

servicios de encomiendas o paquetería. Los servicios postales expresos o servicios Courier, ofrecidos también a empresas y personas, igualmente incluyen cartas, impresos y paquetes, pero con condiciones especiales de rapidez, precio y valores agregados especiales (seguimiento y rastreo, seguro, entre otros.) a pesar que las tecnologías de las comunicaciones hoy en día han desarrollado grandemente, sin embargo, vemos que las organizaciones a nivel mundial, nacional y local aún requieren los servicios postales en sus diferentes modalidades. Igualmente podemos confirmar por los resultados obtenidos la importancia y necesidad que tienen las organizaciones de tener un plan integral de desarrollo en el caso de SERPOST S.A., existe un plan integral de reforma que en Huánuco no se venía implementando, y que al concluir la investigación se ha demostrado el cambio generado una vez que el personal y los usuarios de los servicio han tenido conciencia de su necesidad e importancia, ya que guía el buen desempeño institucional y sobre todo el logro de las metas establecidas y el mejoramiento en la calidad de los servicios que se brindan a los usuarios. Así mismo el proceso continuo de desarrollo postal de SERPOST S.A., ya que se busca mejorar y diversificar los servicios, pensando en la competencia, sobre todo del sector privado.

CONCLUSIONES

1. Quedó demostrado que los elementos para la aplicación del Plan Integral de Reforma: mercado de servicios, reforma legal, servicio postal universal y operador designado afectan en forma directa el desarrollo postal de SERPOST S. A. Huánuco”
2. El mercado de servicios, como elemento del Plan Integral de Reforma, tiene un efecto en el desarrollo postal de SERPOST S.A.; puesto que se ha demostrado la necesidad que tienen los trabajadores de adquirir conocimientos y cambios significativos, utilizando para ello las estrategias pertinentes.
3. Después de analizar la situación actual en que se encuentra la reforma legal del Plan Integral de Reforma; se demostró que tiene un nivel de efectividad significativo en el desarrollo postal de SERPOST S.A.; toda vez que se requieren cambios legales de parte del Estado, para adoptar decisiones y ejecutar acciones de una forma estructurada, ordenada y progresiva.
4. La función del servicio postal universal, como elemento del Plan Integral de Reforma, en lo concerniente a los cambios en la infraestructura, el uso apropiado de la tecnología y las modificaciones financieras mejoran el desarrollo postal de SERPOST S.A. Huánuco.
5. El funcionamiento óptimo del operador designado, que es un elemento importante del Plan Integral de Reforma, cumplen un papel trascendente en el desarrollo postal de SERPOST S.A. Huánuco; por lo que, en base a su desempeño se puede mejorar la participación en el mercado y la capacidad operativa.

SUGERENCIAS

1. Se sugiere a los trabajadores del SERPOST S.A. que deben esforzarse en aplicar el Plan Integral de Reforma para el desarrollo postal; puesto que, su nivel de influencia para su desarrollo es significativa.
2. Es necesario analizar y considerar la situación actual en que se encuentra la reforma legal del Plan Integral de Reforma ya que debería ser actualizada toda la normatividad por parte del Estado que permita su modernización y desarrollo.
3. Es urgente establecer mecanismos para ver cómo se viene dando la función del servicio postal universal del Plan Integral de Reforma ya que ello se considera un elemento importante para el desarrollo postal de SERPOST S.A. Huánuco.
4. Es necesario motivar, emplazar e incentivar a los trabajadores para el funcionamiento adecuado del operador designado, como elemento del Plan Integral de Reforma ya que tiene que ver directamente con el desarrollo postal de SERPOST S.A. Huánuco.

BIBLIOGRAFÍA

- CARRASCO DÍAS, Sergio (2009). *Metodología de la investigación científica*. Lima Perú: San Marcos.
- CARRASCO MARQUÉS, Martín (1992). *Catálogo de las primeras tarjetas postales de España, impresas por Hauser y Menet, 1892-1905*. Madrid: Casa Postal. p. 21. ISBN 84-604-2225-9.
- DICCIONARIO RAZONADO DE LEGISLACIÓN Y JURISPRUDENCIA, Joaquín Escriche, 1847
- ESPAÑA CARTÓFILA: Órgano de la Sociedad Cartófila Española "Hispania". Barcelona, Diciembre de 1902.
- GARCÍA FERNÁNDEZ, Dora (2009). *Metodología del trabajo de Investigación: Guía práctica*. 4ta. Ed. México: Trillas: Universidad Anáhuac.
- HERNANDEZ SAMPIERI, R. et. al. (2003). *Metodología de la investigación*. México: Mc Graw- Hill.
- LOPÉZ JURADO, Luis Felipe (2006). *Prefilatelia de Murcia: HistoriaPostal Del Reino de Murcia Desde 1569 Hasta 1861*. Editora Regional de Murcia. pp. 24-. ISBN 978-84-7564-347-2.
- LOS CAMINHOS DE FERRO PORTUGUESES 1856-2006. CP-Comboios de Portugal y Público-Comunicação Social S. A.
- MARTÍNEZ RUIZ, H. (2009). *Metodología de la investigación*. México: CENGAGE LEARNING.
- MINISTERIO DE EDUCACIÓN (2002). *Manual para docentes de educación primaria*. Lima, Perú.
- RIEGO AMÉZAGA, Bernardo. (2011). *España en la tarjeta postal. Un siglo de imágenes*, Barcelona, Lunweg Editores, 296 págs. ISBN: 9788497856737.

SANCHEZ CARLESSI, H. (1992). *Metodología y Diseños en la Investigación Científica*.

SERRACLARA Y PLAN, M^a TERESA; MARTÍ Y AIXELÀ, MONTSE (2001). Hospital de la Santa Cruz y San Pablo. ISBN 84-607-3140-5. pág.11.

TEIXIDOR, Carlos (1999). La tarjeta postal en España: 1892-1915. Madrid: Espasa Calpe, S. A. p. 11. ISBN 84-239-9296-9.

TORRES BARDALES, C. (1995). *Orientaciones básicas de metodología de la investigación científica*. 4ta. Ed. Lima: San marcos.

ANEXOS

MATRIZ DE CONSISTENCIA

Artículo II. MATRIZ DE CONSISTENCIA							
Título: Plan integral de reforma y su efecto en el desarrollo postal en SERPOST S.A. de Huánuco, 2014							
PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	INSTRUMENTOS	METODOLOGIA
<p>PROBLEMA GENERAL</p> <p>¿Cuáles son los factores para la aplicación del Plan Integral de Reforma y qué efecto tiene en el desarrollo postal de SERPOST S.A. Huánuco?</p> <p>PROBLEMAS ESPECÍFICOS</p> <p>a. ¿Cuál es el mercado de servicios del Plan Integral de Reforma y su efecto en el desarrollo postal de SERPOST S.A. Huánuco?</p> <p>b. ¿Cuál es la situación de la reforma legal del Plan Integral de Reforma y su efecto en el desarrollo postal de SERPOST S.A. Huánuco?</p> <p>c. ¿Cómo funciona el servicio postal universal del Plan Integral de Reforma y su efecto en el desarrollo postal de SERPOST S.A. Huánuco?</p> <p>d. ¿Cómo funciona el operador designado del Plan Integral de Reforma y su efecto en el desarrollo postal de SERPOST S.A. Huánuco?</p>	<p>OBJETIVO GENERAL</p> <p>Determinar cuáles son los factores de aplicación del Plan Integral de Reforma y su efecto en el desarrollo postal de SERPOST S.A. Huánuco.</p> <p>OBJETIVO ESPECÍFICOS</p> <p>a. Determinar el mercado de servicios del Plan Integral de Reforma y su efecto en el desarrollo postal de SERPOST S.A. Huánuco.</p> <p>b. Analizar la situación actual en que se encuentra la reforma legal del Plan Integral de Reforma y su efecto en el desarrollo postal de SERPOST S.A. Huánuco.</p> <p>c. Establecer cómo se viene dando la función del servicio postal universal del Plan Integral de Reforma y su efecto en el desarrollo postal de SERPOST S.A. Huánuco.</p> <p>d. Determinar cómo viene funcionando el operador designado del Plan Integral de Reforma y su efecto en el desarrollo postal de SERPOST S.A. Huánuco.</p>	<p>HIPÓTESIS GENERAL</p> <p>Los factores para la aplicación del Plan Integral de Reforma: mercado de servicios, reforma legal, servicio postal universal y operador designado tienen un efecto directo en el desarrollo postal de SERPOST S. A. Huánuco.</p> <p>HIPÓTESIS ESPECÍFICOS</p> <p>a. El mercado del Plan Integral de Reforma influye directamente en el desarrollo postal de SERPOST S.A. Huánuco.</p> <p>b. La situación actual en que se encuentra la reforma legal del Plan Integral de Reforma influye en forma negativa el desarrollo postal de SERPOST S.A. Huánuco.</p> <p>c. La función del servicio postal universal del Plan Integral de Reforma influye positivamente en el desarrollo postal de SERPOST S.A. Huánuco.</p> <p>d. El funcionamiento del operador designado del Plan Integral de Reforma influye directamente el desarrollo postal de SERPOST S.A. Huánuco.</p>	<p>Independiente</p> <p>Plan integral de reforma</p>	<p>Mercado de servicios</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Oferta de servicios, Oferta atomizada, Servicios manuales ➤ Tecnología. 	<p>Programa experimental</p>	<p>Población (N): 365</p> <p>*Muestra (n): 30</p> <p>*Tipo de Investigación aplicada</p> <p>*Diseño de Investigación: Cuasi Experimental</p> <p>*Técnicas Para Acopio de datos: Observación y fichas</p> <p>*Instrumentos de Recolección de datos: Pruebas educativas</p> <p>*Para Procesamiento de Datos: Codificación y tabulación de datos.</p> <p>*Técnicas el Para Análisis e Interpretación de Datos: Estadística descriptiva e inferencial para cada variable</p> <p>* Para la Presentación de Datos: Cuadros, tablas estadísticas y gráficos</p> <p>*Para el Informe Final: Reglamento general de Grados de la Escuela de Post grado de la UNHEVAL</p>	
				<p>Reforma legal</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Actualización ➤ Regulación ➤ Competencia ➤ Inclusión ➤ Operatividad 			
				<p>Servicio postal universal</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Funciones ➤ Acceso ➤ Calidad ➤ Equidad ➤ Precios ➤ Confiabilidad ➤ Seguridad ➤ Rapidez ➤ responsabilidad 			
				<p>Operador designado</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Participación del mercado ➤ Capacidad operativa ➤ Manejo de tecnología ➤ Ingresos ➤ Oportunidad de negocio ➤ Autonomía 			
<p>Dependiente</p> <p>Desarrollo Postal en SERPOST S.A.</p>	<p>Físico</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Ambiente físico ➤ Infraestructura ➤ Modernización ➤ El ambiente físico del local de SERPOST S. A. es moderno y adecuado. ➤ El ambiente físico cumple con las condiciones mínimas de confort, comodidad y accesibilidad para la atención de los servicios postales. ➤ La estructura física de SERPOST S. A. cumple con las normas establecidas por Defensa Civil. ➤ La infraestructura de SERPOST S. A., es ideal para la prestación de los servicios que brinda a los clientes. ➤ SERPOST S. A., es una empresa operadora moderna acorde a las exigencias de los usuarios. ➤ La red postal de SERPOST S. A., se encuentra debidamente conformada para la prestación del servicio ➤ Las estrategias que utiliza la Empresa operadora son eficientes y adecuada para brindar un servicio de calidad. 	<p>Tecnológico</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Red postal ➤ Interoperabilidad ➤ Mensaje electrónico ➤ Matasellos electrónico ➤ SERPOST S. A., aplica la interoperabilidad sin restricción de acceso o implementación. ➤ Se hace uso eficiente y oportuno de los mensajes electrónicos a los usuarios. ➤ Se reciben y envían mensajes para la comunicación fluida entre los usuarios y el Operador del servicio postal ➤ En SERPOST S.A. Se hace uso de los matasellos electrónicos. 				
		<p>Financiero</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Ingresos ➤ Utilidades ➤ El nivel de ingresos de SERPOST S. A., es significativo debido a los precios justos en los servicios prestados. ➤ Las utilidades son razonables en relación al mercado postal ➤ Los ingresos de SERPOST S.A. le permiten realizar reinversiones en beneficio de los usuarios. 					



ANEXO 02

UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZÁN

ESCUELA DE POST GRADO



DOCTORADO EN GESTIÓN EMPRESARIAL

CUESTIONARIO

DATOS GENERALES:

1. **NOMBRES Y APELLIDOS DE LA INVESTIGADORA:** Asiria Ponce Hurtado
2. **TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN:** "PLAN INTEGRAL DE REFORMA Y SU EFECTO EN EL DESARROLLO POSTAL EN SERPOST S.A. DE HUÁNUCO, 2014"
3. **APELLIDOS** **Y**
4. **FECHA** **DE**
5. **EVALUACIÓN:**
6. **INSTRUCCIONES:** Registre en la columna correspondiente el puntaje obtenido de acuerdo a la escala de valoración siguiente:

Satisfactorio	Medianamente Satisfactorio	Mínimamente Satisfactorio	Insatisfactorio
4	3	2	1

INDICADORES		ESCALA DE VALORACIÓN				
b) INDICADORES		c)	d)	e)	f)	g)
	El ambiente físico del local de SERPOST S. A. es moderno y adecuado.			i)	j)	k)
	El ambiente físico cumple con las condiciones mínimas de confort, comodidad y accesibilidad para la atención de los servicios postales.	m)	n)	o)	p)	q)
	La estructura física de SERPOST S. A. cumple con las normas establecidas por Defensa Civil.	s)	t)	u)	v)	w)
	La infraestructura de SERPOST S. A., es ideal para la prestación de los servicios que brinda a los clientes.	y)	z)	aa)	bb)	cc)
	SERPOST S. A., es una empresa operadora moderna acorde a las exigencias de los usuarios.	ee)	ff)	gg)	hh)	ii)
	La red postal de SERPOST S. A., se encuentra debidamente conformada para la prestación del servicio.	kk)	ll)	m)	nr)	oo)
	Las estrategias que utiliza la Empresa operadora son eficientes y adecuadas para brindar un servicio de calidad.	qq)	rr)	ss)	tt)	uu)
	La Oficina de SERPOST S. A. tiene autonomía empresarial.	vv)	xx)	yy)	zz)	aaa)
	Considera Ud. que la capacidad operativa para la prestación de los servicios es la adecuada.	cc)	dd)	ee)	fff)	ggg)
	En los procesos para brindar los servicios a los usuarios se utiliza tecnología moderna.	iii)	jjj)	kk)	lll)	mmm)
	Considera que el uso de la tecnología mejoraría la calidad de servicio en SERPOST S.A.	oo)	pp)	qq)	rr)	sss)
	SERPOST S. A., aplica la interoperabilidad sin restricción de acceso o implementación.	uu)	vv)	ww)	xx)	yyy)
	Se hace uso eficiente y oportuno de los mensajes electrónicos a los usuarios.	aa)	bb)	cc)	dd)	eee)
	Se reciben y envían mensajes para la comunicación fluida entre los usuarios y el Operador del servicio postal	gg)	hh)	iii)	jjj)	kkk)
	En SERPOST S.A. Se hace uso de los matasellos electrónicos.	m)	nr)	oc)	pp)	qqq)
	El nivel de ingresos que tiene SERPOST S.A. le permite contar con liquidez.	ss)	ttt)	uu)	vv)	www)
	Se realiza una distribución de utilidades entre los trabajadores del SERPOST S.A.	yy)	zz)	aa)	bb)	ccc)
	El nivel de ingresos de SERPOST S. A., es significativo debido a los precios justos en los servicios prestados.	ee)	fff)	gg)	hh)	iiii)
	Las utilidades son razonables en relación al mercado postal	kk)	lll)	m)	nr)	ooo)
	Los ingresos de SERPOST S.A. le permiten realizar reinversiones en beneficio de los usuarios.	qq)	rr)	ss)	ttt)	uuu)
	wwwww) TOTAL	xx)	yy)	zz)	aa)	bbb)
	dddddd) TOTAL (1+2+3+4)	ee)	fff)	gg)	hh)	iiii)

ESCALA DE VALORACION			
Nivel Satisfactorio	Medianamente Satisfactorio	Mínimamente Satisfactorio	Nivel Insatisfactorio
(18 - 20)	(14 - 17)	(11 - 13)	(0 - 10)
61 - 80	41 - 60	21 - 40	0 - 20