



**UNIVERSIDAD NACIONAL**

**AUTONOMA DE MEXICO**

*FACULTAD DE ECONOMIA*

**EL CORREO EN UN MARCO DE COMPETENCIA**  
(El caso de México)

**TESIS PROFESIONAL**

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE  
LICENCIADO EN ECONOMÍA

PRESENTA:

**ALEJANDRO RAUL BRITO ROJAS**

*Diciembre de 2000*

A MI ESPOSA

A MIS HIJOS

A MI PADRE Y A MIS  
HERMANOS;

**Mi más profundo agradecimiento a Joaquín Mercado y Miguel González Ibarra  
por su invaluable apoyo en la elaboración de este trabajo.**

**En especial mi gratitud para mi esposa y mis hijos por su comprensión y apoyo  
a quienes nunca dejaron de recordarme que debía de terminar este trabajo. Sin  
su insistencia, casi cotidiana, esta deuda con la Universidad todavía no estaría  
saldada.**

# - INDICE -

Pág.

<b>JUSTIFICACION.....</b>	<b>1</b>
<b>OBJETIVO PRINCIPAL.....</b>	<b>2</b>
<b>OBJETIVOS PARTICULARES.....</b>	<b>2</b>
<b>HIPOTESIS.....</b>	<b>2</b>
<b>INTRODUCCION.....</b>	<b>2</b>
<b>I.- MARCO CONCEPTUAL.....</b>	<b>3</b>
<b>II.- TENDENCIAS DE LOS CORREOS Y EMPRESAS DE MENSAJERIA.....</b>	<b>3</b>
<b>III.- EVOLUCION RECIENTE DE CORREO EN MEXICO Y LAS EMPRESAS DE MENSAJERIA.....</b>	<b>3</b>
<b>IV.- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....</b>	<b>3</b>
<b>I.- MARCO CONCEPTUAL.....</b>	<b>4</b>
<b>I.1. SERVICIO POSTAL Y EMPRESAS DE MENSAJERIA Y PAQUETERIA.....</b>	<b>4</b>
<i>I.1.1. Concepto de servicio de correos</i>	<b>4</b>
<i>I.1.2. Servicio público de correos</i>	<b>5</b>
<i>I.1.3. Correo universal</i>	<b>6</b>
<i>I.1.4. El servicio público de correos y las mensajerías privadas</i>	<b>7</b>
<b>I.2. LA COMPETENCIA EN EL SERVICIO DE CORREOS.....</b>	<b>8</b>
<b>I.3. ESTRUCTURAS COMPETITIVAS DE MERCADO.....</b>	<b>9</b>
<i>I.3.1. Competencia perfecta y monopolio</i>	<b>10</b>
<i>I.3.2. Competencia monopolística y oligopólica</i>	<b>11</b>
<b>I.4- VENTAJAS DE LA COMPETENCIA PERFECTA Y EL MONOPOLIO NATURAL.....</b>	<b>11</b>
<b>I.5. ESTRUCTURA COMPETITIVA DEL SERVICIO DE CORREOS Y REFORMA.....</b>	<b>12</b>
<b>II. TENDENCIAS DE LOS CORREOS Y EMPRESAS DE MENSAJERIA.....</b>	<b>14</b>
<b>II.1.SERVICIOS DE CORREOS EN EL SECTOR SERVICIOS.....</b>	<b>14</b>
<b>II.2. CORREO ELECTRONICO.....</b>	<b>15</b>
<b>II.3. COMPARATIVO INTERNACIONAL DEL SERVICIO POSTAL.....</b>	<b>18</b>
<b>II. 4. ANTECEDENTES DEL CORREO Y MENSAJERIAS PRIVADAS.....</b>	<b>32</b>
<i>II.4.1. Origen y evolución del correo</i>	<b>32</b>
<i>II.4.2. Surgimiento de las mensajerías privadas</i>	<b>34</b>

# - INDICE -

Pág.

<b>II. 5. EL CASO DE MEXICO</b> .....	<b>36</b>
<i>II.5.1. Surgimiento del Correo en México</i> .....	<b>36</b>
<i>II.5.2. Creación del Servicio EMS, (Express Mail Service) Mundial</i> .....	<b>38</b>
<i>II.5.3. Surgimiento de la mensajería en México</i> .....	<b>38</b>
<b>III. EVOLUCION RECIENTE DEL CORREO EN MEXICO Y LAS EMPRESAS DE MENSAJERIA</b> .....	<b>39</b>
<i>III.1.1. Características generales del mercado</i> .....	<b>39</b>
<i>III.1.2.. Surgimiento de mensajerías en México</i> .....	<b>40</b>
<b>III.2. MERCADO DEL SERVICIO UNIVERSAL DE CORREOS EN MEXICO, TAMAÑO Y EVOLUCION RECIENTE</b> .....	<b>41</b>
<i>III.2.1. La actividad postal en México.</i> .....	<b>41</b>
<i>III.2.2. Las empresas de mensajería en México</i> .....	<b>43</b>
<i>III.2.3. Efecto del mercado de Mensajería y Paquetería en el sector y en SEPOMEX</i> .....	<b>44</b>
<b>III.3. SITUACION FINANCIERA DE LA EMPRESA PUBLICA SERVICIO POSTAL MEXICANO</b> .....	<b>46</b>
<i>III.3.1. Ingreso, gasto y déficit o superávit de operación</i> .....	<b>46</b>
<i>III.3.2. Manejo de tarifas</i> .....	<b>48</b>
<i>III.3.3. Utilidades y tasa de ganancia real</i> .....	<b>50</b>
<i>III.3.4. Activo fijo y patrimonio</i> .....	<b>52</b>
<b>III.4. REFORMA DEL SERVICIO DE CORREOS</b> .....	<b>54</b>
<b>IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b> .....	<b>56</b>
<b>IV.1. CONCLUSIONES</b> .....	<b>56</b>
<b>IV.2. RECOMENDACIONES</b> .....	<b>58</b>
<b>IV.3. CONSIDERACIONES PARA DISCUSION</b> .....	<b>61</b>
<b>BIBLIOGRAFIA</b> .....	<b>63</b>