

# Panorama mundial de la inclusión financiera postal



**UPU** | UNIÓN  
POSTAL  
UNIVERSAL

# La inclusión financiera postal – Una nueva perspectiva

**Aunque para el público en general, e incluso para los especialistas, el Correo pueda parecer un campeón inverosímil en la lucha contra la exclusión financiera, a juzgar por los resultados actuales, el Correo desempeña un papel preponderante a favor de la inclusión financiera.** En realidad, muchos Correos han atravesado hace poco, o atraviesan en estos momentos, por un proceso de transformación de gran envergadura mediante el cual de administraciones orientadas a las actividades de correo pasan a ser empresas comerciales modernas y diversificadas que tienen como misión social atender al conjunto de la población.

**La inclusión financiera postal es el proceso por el cual quienes están excluidos del sector financiero formal pueden acceder al sistema financiero por intermedio de la red postal.** En otras palabras, la inclusión financiera postal constituye el medio por el cual estas personas pueden beneficiarse de la prestación de servicios financieros a través de los operadores postales. La inclusión financiera postal no significa necesariamente que el Correo ofrece sus propios servicios financieros a las personas que no tienen acceso a los servicios bancarios, sino más bien que estas personas pueden tener acceso a esos servicios en la oficina de Correos a través de una alianza con una institución financiera.

**El presente informe ofrece un panorama de la inclusión financiera postal y presenta en detalle esta dimensión de la inclusión financiera,** que aún no ha sido estudiada a fondo. Sobre la base de un cuestionario al que respondieron 123 Países miembros de la UPU,

y de las enseñanzas concretas extraídas de las misiones realizadas en el terreno, el informe tiene por objeto subsanar las carencias, en materia de información y sensibilización, sobre el papel de los Correos en la inclusión financiera brindando datos estadísticos actualizados y no publicados anteriormente con relación a los operadores postales. Se espera que el informe contribuya a sensibilizar tanto a quienes toman las decisiones como a los socios del desarrollo, que prepare el camino para un desarrollo más amplio de la inclusión financiera postal y que constituya una de las principales herramientas para resolver el tema de la exclusión financiera.

**Después de los bancos, los operadores postales y sus filiales de servicios financieros postales constituyen los principales contribuyentes a la inclusión financiera en el mundo,** mucho más que las instituciones de microfinanciación, los organismos de transferencia de fondos, las cooperativas, las compañías de seguros, los operadores de servicios financieros móviles y todos los demás proveedores de servicios financieros. En 2010, 51 operadores postales poseían 1.600 millones de cuentas de ahorro y de cuentas de depósito. Si partimos del principio, según una estimación prudente, de que un cliente ordinario del Correo posee 1,5 cuentas, esto significa que más de mil millones de personas tienen acceso a los servicios bancarios a través del Correo.

**Sólo 6,5% de los operadores postales de la muestra considerada no ofrecen servicios financieros.** La mayoría de los servicios abarcan las transacciones, y los productos que se ofrecen

habitualmente son las transferencias de fondos nacionales, el pago de facturas, las transferencias de fondos internacionales y el pago de prestaciones sociales. Varios cientos de millones de personas, que a menudo no poseen una cuenta, utilizan el Correo para efectuar y recibir pagos corrientes.

**El Correo representa la más amplia red de puntos de contacto en el mundo, con 662 000 puntos de contacto en 2011<sup>1</sup>, pero esta red está subutilizada para la inclusión financiera,** ya que los operadores postales no ofrecen todos una amplia gama de servicios financieros. En comparación, las estadísticas del FMI para 2010 sobre el acceso a los servicios financieros indican un total de 523 000 sucursales bancarias y cajeros automáticos en el mundo.<sup>2</sup>

**Se han identificado cinco modelos de negocios (MN) utilizados por los operadores postales para participar en la inclusión financiera:** MN 1 – Proveedor de efectivo para los prestadores de servicios públicos y de servicios financieros (modelo presente en el 83% de los países); MN 2 – Servicios financieros transaccionales ofrecidos directamente por el Correo (modelo presente en el 63% de los países); MN 3 – Asociación con un proveedor de servicios financieros (modelo presente en el 24% de los países); MN 4 – Servicios financieros postales no regulados (modelo presente en el 24% de los países); MN 5 – Servicios financieros postales regulados (modelo presente en el 9% de los países). Otro modelo comercial, que se denominará MN 0, habida cuenta de que no tiene nada que ver con el Correo, es el modelo según en cual el operador postal alquila un espacio a un proveedor de servicios

financieros para la venta de sus servicios. Los países pueden adoptar uno o varios modelos comerciales.

**El análisis de los datos confirma la existencia de compensaciones entre impacto e inversión y entre viabilidad y facilidad de ejecución, según el modelo comercial utilizado.** Los datos indican que los Correos que aplican los modelos comerciales más elevados y ofrecen sus propios servicios de ahorro, de seguros o de préstamos (reglamentados o no) tienen un mayor porcentaje del ingreso proveniente de los servicios financieros postales que los que utilizan el modelo basado en la asociación o modelos inferiores. Según la teoría de las compensaciones, los primeros tipos de modelos comerciales (proveedor de efectivo y servicios transaccionales exclusivos) son los más fáciles de aplicar y los que requieren menor inversión, pero al parecer también tienen menor incidencia en cuanto a inclusión y a viabilidad del Correo a largo plazo. En cambio, los modelos que se basan en una mayor participación del Correo y abarcan una gama de productos más amplia, como los modelos MC 3 (asociación), MC 4 (servicios financieros no regulados) y MC 5 (banco postal), producen importantes resultados en materia de inclusión financiera y de viabilidad a largo plazo para el Correo, siempre que estén bien administrados, pero exigen inversiones considerables y son difíciles de aplicar. Los operadores postales pueden utilizar estas indicaciones para determinar cuál es el modelo comercial que mejor se adapta a su estrategia de diversificación en función de las condiciones locales.

**Se han identificado once factores de éxito.** En algunos casos, estos factores pueden convertirse en un desafío para los Correos, en especial en los países en desarrollo. Los factores que deben

<sup>1</sup> Helble M., *Postal Statistics 2011*, UPU, 2012

<sup>2</sup> *Financial Access Survey*, Fondo Monetario Internacional, 2010. <http://fas.imf.org/>

tenerse en cuenta cuando se analiza el grado de preparación de un operador postal que desea desempeñar un papel de avanzada en la inclusión financiera son los siguientes: 1) red; 2) personal; 3) capacidad financiera; 4) confianza; 5) automatización e integración de los procesos; 6) voluntad de promover la inclusión financiera; 7) gobernanza entre el Correo y los servicios financieros postales; 8) marco jurídico y reglamentario; 9) marketing; 10) flexibilidad y 11) antecedentes históricos.

**Existe un punto de equilibrio entre los dos objetivos generales que deben ser tenidos en cuenta para que la inclusión financiera se vuelva una realidad en todo el mundo:** el impacto de la inclusión financiera, por un lado, y la viabilidad del operador postal, por otro. Si los operadores postales no son viables, la inclusión financiera no tendrá efecto duradero. Si los servicios financieros postales se ofrecen sólo en las grandes ciudades, o únicamente a quienes ya tienen acceso a los servicios bancarios, o a tarifas prohibitivas para los pobres, el operador postal tendrá sólo un impacto limitado en la inclusión financiera postal.

**Independientemente del modelo comercial elegido, los operadores postales pueden clasificarse en cuatro grupos, en función de las características de sus servicios financieros y del papel que pueden desempeñar en la inclusión financiera:** 1) Correos adelantados; 2) Correos emergentes, es decir, los Correos capaces y con deseos de promover la inclusión financiera pos-

tal; 3) Correos en proceso de modernización, es decir, los operadores postales que desean promover la inclusión financiera postal pero que no cuentan con los medios suficientes para hacerlo y 4) Correos menos adelantados, es decir, los operadores postales que enfrentan importantes dificultades en el desarrollo de la inclusión financiera postal. Para cada uno de estos grupos, el informe ofrece planes de acción en materia de inclusión financiera postal en el que participan los operadores postales, los gobiernos, los bancos centrales y los donantes, e invita a las partes interesadas a examinar y a comentar esas recomendaciones.

**Si estos planes de acción se concretan, el Correo podría incluir financieramente a mil millones de personas más.** En efecto, 500 millones de personas podrían estar bancarizadas si los 141 Países miembros de la UPU que aún no ofrecen servicios de ahorro comenzarían a ofrecer una gama más amplia de servicios financieros. Por otra parte, en los 51 países donde ya existen los servicios basados en cuentas, por los menos 500 millones de personas más podrían incorporarse al sistema financiero formal durante la próxima década. Sin embargo, esto podrá llevarse a cabo únicamente si los operadores postales, con el apoyo de sus gobiernos pero también de los donantes, se embarcan en un amplio proceso de modernización.

*Para obtener un ejemplar del informe completo, sírvase dirigirse al: Sr. Alexandre Berthaud, Experto Inclusión Financiera, [alexandre.berthaud@upu.int](mailto:alexandre.berthaud@upu.int).*