

UCES
UNIVERSIDAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y SOCIALES

MAESTRÍA EN NEGOCIOS INTERNACIONALES

SERVICIO COURIER
MODIFICACIONES EN SU ESTRUCTURA NORMATIVA DURANTE EL AÑO 2005

AUTOR LDO. SEBASTIÁN DELFINO
TUTORA LDA. CECILIA LAVIGNE

NOVIEMBRE / 2009

AGRADECIMIENTOS

Haré mis agradecimientos ordenados alfabéticamente, para evitar injusticias: agradezco al personal de la Biblioteca de la UCES, por su asistencia; al personal del Boletín Oficial quien, además de proveerme mucho material, fue el primero en advertirme sobre las implicancias laberínticas en las que me introducía al trabajar con normas; agradezco a Cecilia sin cuyos aportes y consejos mi trabajo sería un simple borrador; a la gente de la biblioteca de la Comisión Nacional de Comunicaciones, cuyo profesionalismo y buena voluntad fueron causa de buena parte de mi trabajo; a la Prof. Lavigne quien desde su experiencia supo orientarme enormemente; a María Paz (mi hija) por su sonrisa; y a Nucha (mi madre) que me dio los empujones iniciales siempre tan necesarios.

ÍNDICE

| | |
|--|----|
| I. INTRODUCCIÓN | 6 |
| II. CONFORMACIÓN DEL SERVICIO COURIER | 8 |
| II.1. Origen y definición del servicio courier | 8 |
| II.1.1. <u>Reseña histórica del servicio courier</u> | 8 |
| II.1.1.1. Introducción | 8 |
| II.1.1.2. UPS | 9 |
| II.1.1.3. Década del ´70 | 10 |
| II.1.1.4. Década del ´80 | 12 |
| II.1.1.5. Década del ´90 y comienzos del nuevo siglo | 14 |
| II.1.2. <u>Definición</u> | 16 |
| II.1.2.1. Tres características básicas | 16 |
| II.1.2.2. Proceso operativo | 19 |
| II.1.2.3. Consideraciones finales sobre el proceso operativo | 21 |
| III. SOBRE EL SERVICIO POSTAL | 23 |
| III.1. Introducción al servicio postal | 23 |
| III.1.1. <u>Breve reseña histórica</u> | 23 |
| III.1.2. <u>Definición</u> | 26 |
| III.1.2.1. Principales aspectos a considerar del servicio postal | 26 |
| III.1.2.2. Algunas definiciones | 27 |
| III.1.2.3. Proceso operativo | 30 |
| III.1.2.4. Consideraciones finales sobre el proceso operativo | 32 |

| | |
|--|----|
| IV. HISTORIA DEL CORREO EN LA REPÚBLICA ARGENTINA | 35 |
| IV.1. Introducción | 35 |
| IV.2. El correo en América | 36 |
| IV.3. Reseña histórica de la llegada y desarrollo del correo en la Argentina ... | 38 |
| IV.3.1. <u>Inicios del correo en la Argentina</u> | 38 |
| IV.3.2. <u>Algunos cambios se suceden (décadas '40-'60)</u> | 41 |
| IV.3.3. <u>De la concentración a la apertura controlada (década del '70)</u> | 42 |
| IV.3.4. <u>Consolidación de la apertura del mercado postal (década del '80)</u> | 44 |
| IV.3.5. <u>Reforma del Estado, años controvertidos y privatización (década del '90)</u> .. | 46 |
| | |
| V. HISTORIA DEL SERVICIO COURIER EN LA REPÚBLICA ARGENTINA | 53 |
| V.1. Introducción | 53 |
| V.2. Rápida adaptación de la estructura normativa | 53 |
| V.2.1. <u>Renta postal</u> | 59 |
| V.2.2. <u>Decreto N° 1187/93</u> | 62 |
| V.2.2.1. Análisis del decreto | 63 |
| V.2.2.2. Decreto 115/97 y sus modificaciones sobre el Decreto 1187/93 | 68 |
| | |
| VI. MARCO REGULADORIO DEL SERVICIO COURIER ANTES DEL AÑO 2005 EN LA ARGENTINA | 71 |
| VI.1. Introducción | 71 |
| VI.2. Código Aduanero y DGA | 72 |
| VI.3. Algunos conceptos | 74 |
| VI.4. Régimen de envíos postales | 76 |
| VI.5. Régimen courier | 78 |
| | |
| VII. MODIFICACIÓN DEL MARCO REGULADORIO A PARTIR DEL AÑO 2005 | 86 |
| VII.1. Estudio de la Resolución General AFIP N° 1811/05 | 86 |

| | |
|---|-----|
| VII.2. Reacción de la Capsia | 88 |
| VII.3. Estudio de la Resolución CNC N° 1811/05 | 93 |
| VII.4. El servicio courier en términos productivos | 98 |
| VII.4.1. <u>Cantidad de prestadores privados</u> | 100 |
| VII.4.2. <u>Cantidad de empleados</u> | 102 |
| VII.4.3. <u>Cantidad de envíos postales</u> | 103 |
| VII.4.4. <u>Cantidad de envíos courier de salida</u> | 104 |
| VII.4.5. <u>Cantidad de envíos courier de entrada</u> | 105 |
| VIII. COMENTARIOS FINALES | 107 |
| CUADRO SINÓPTICO DE LAS PRINCIPALES NORMAS | 111 |
| ABREVIATURAS | 112 |
| ANEXOS | 113 |
| - Decreto 1187/93 | 113 |
| - Decreto 115/97 | 122 |
| - Resolución General AFIP 1811/05 | 128 |
| - Resolución CNC 1811/05 | 130 |
| BIBLIOGRAFÍA Y OTRAS FUENTES CONSULTADAS | 141 |
| NORMAS CONSULTADAS | 147 |
| - Leyes | 147 |
| - Decretos | 147 |
| - Resoluciones | 148 |
| - Notas | 151 |
| BIBLIOGRAFÍA DIGITAL | 152 |

I. INTRODUCCIÓN

En los últimos años, se produjeron algunos cambios en ciertas normas que regulan al servicio courier. Uno de ellos fue realmente significativo porque alteró sustancialmente la característica más importante del servicio, tal vez desnaturalizándolo. El servicio courier, que hasta el año 2005 contaba con la posibilidad de importar y exportar mercadería bajo el Régimen Simplificado Courier (el cual más adelante explicaremos en detalle) por un valor igual o inferior a los tres mil dólares norteamericanos, vio cómo una resolución había modificado esta posibilidad bajando ese límite a los un mil dólares norteamericanos.

La idea original de este trabajo consiste en describir la magnitud de esos cambios en general, y del mencionado anteriormente en particular. Además, se agrega la descripción de otro cambio del mismo año que se refiere a los requisitos que deben cumplir las empresas para operar. Esto nos permite contribuir en la actualización de la estructura normativa que regula al servicio, la cual inquietó a las empresas couriers y al gobierno nacional, sobre todo en el año 2005.

Sin embargo, al comenzar la investigación, se pudo comprobar que:

- la estructura normativa que regula al servicio courier es bastante compleja, por derivar de normas que surgen del ámbito postal (perteneciente a la jurisdicción de la Secretaría de Comunicaciones de la Nación), y también por normas que surgen del ámbito aduanero (perteneciente a la jurisdicción de la Administración Federal de Ingresos Públicos), ambas jurisdicciones bajo órbitas ministeriales distintas;
- así como también que la ausencia bibliográfica del estado de la teoría al respecto es casi absoluta.

Por consiguiente, el trabajo fue enriqueciéndose no sólo al describir aquellos cambios, sino también al constituir la base que hasta hoy no existía. En este aspecto, seguramente, se concentra el mayor mérito del mismo.

Es necesario primero comprender qué es el servicio courier. Para ello debemos

conocer cómo se originó, cómo se fue constituyendo y, fundamentalmente, cuáles características operativas lo hicieron prosperar adaptándose rápidamente a las demandas del mundo globalizado.

Tenemos que comprender también en qué se diferencia con el servicio postal común. En este sentido será necesario recorrer brevemente la historia de este último. Del mismo modo que debemos analizarlo con mayor detalle permitiéndonos así tener una idea más acabada de su funcionamiento.

Una vez entendidos esos conceptos, será el momento de revisar la historia postal argentina, cómo poco a poco se fue incorporando el servicio courier a la misma, y cómo se fueron desarrollando ambos servicios.

Recién a partir de entonces nos encontraremos en mejores condiciones de analizar las modificaciones en la estructura normativa que regula al servicio courier, tal como lo adelantamos al comienzo de esta introducción. Esta revisión nos permitirá contrastar el estado anterior y posterior desde la aplicación de las modificaciones.

Habiendo realizado todo ese recorrido, se encontrará el lector en mejores condiciones que le permitan comprender con mayor facilidad el alcance de esas modificaciones.

Tenemos confianza en que este trabajo final contribuirá con el esclarecimiento de la estructura normativa que regula al servicio courier, y las implicancias de las modificaciones mencionadas.

II. CONFORMACIÓN DEL SERVICIO COURIER

II.1. Origen y definición del servicio courier

II.1.1. Reseña histórica del servicio courier

II.1.1.1. Introducción

*“Courier es una persona a quien se le paga para llevar cartas y paquetes directamente desde un lugar a otro”.*¹ Algunos otros nombres bajo los cuales se conoce a las personas que realizan dicha actividad son, por ejemplo, *postman, mailman, mail carriers*, etc. Por supuesto, estas denominaciones son las que se le dan al trabajador cuya actividad se desarrolla en países de habla inglesa, tal como en los Estados Unidos de América (en adelante, EUA) e Inglaterra. De hecho es en uno de ellos, los EUA, donde el servicio courier tuvo su origen, como se verá más adelante en detalle.

Sin embargo, no es la intención de esta introducción realizar un desarrollo sobre la definición de aquel término. En cambio sí se propone comenzar a desarrollar una breve historia sobre el servicio objeto de este trabajo, indistintamente conocido como *servicio courier* (o simplemente courier), *servicio expreso, transporte expreso aéreo, transporte expreso*, etc.

¹ “A courier is a person who is paid to take letters and parcels direct from one place to another”. *Collins Cobuild, Advanced Dictionary of American English*, 1ª ed., Gran Bretaña: Harper Collins Publishers, 2007, p 293. Traducción propia.

El motivo, entonces, de comenzar con la definición de aquella palabra está relacionado con los orígenes del servicio,² los cuales, naturalmente, comenzaron como una forma de servicio postal o paquetería, según el caso.

No se desarrollará, al menos para el objeto de este trabajo, la evolución de la historia postal universal, puesto que no es pertinente a los efectos de esta tesis. En cambio sí lo es conocer brevemente la historia del servicio courier, la cual tiene que ver con el aporte que dicha cronología significa para la mejor comprensión del funcionamiento de la industria y su reglamentación. No obstante ello, más adelante, sí se establecerán aquellas diferencias básicas entre el servicio postal (que se definirá oportunamente) y el servicio courier, con el solo objeto de contribuir aún más a la buena comprensión de este trabajo.

Por último, a los efectos organizativos, es útil aclarar que a lo largo de este trabajo se utilizará el nombre *servicio courier* o *servicio expreso* de manera indistinta, pero con la alternancia necesaria para hacer un poco más amena la lectura.

II.1.1.2. UPS

Resulta necesario trasladarse al período comprendido entre los años 1900 y 1940, cuando una empresa llamada United Parcel Service, y mejor conocida por sus siglas UPS (aunque a este nombre lo precedieron otros), fue construyendo una sólida estructura basada, fundamentalmente, en la entrega de mercadería comprada por consumidores minoristas en almacenes de aquellas épocas en la ciudad de Seattle, estado de Washington, en los EUA. En los citados almacenes, UPS convenía el servicio de entrega a cambio, naturalmente, de un pago por el mismo. A medida que el negocio prosperó fue ampliando sus actividades a través de la réplica de esta experiencia en

² Nótese el “orígenes” y no “origen”, respondiendo esta aclaración a la contribución que ejercieron las historias particulares de las principales empresas norteamericanas, relacionadas hoy íntimamente con la industria objeto del presente estudio.

distintas ciudades de EUA, e incorporando a la actividad el transporte y la entrega de distintos objetos tales como maletas, papeles, etc.

Las décadas del cuarenta y del cincuenta fueron protagonistas de muchos cambios. Pero hubo uno que fue fundamental: el uso del automóvil y la consecuente migración de población de las ciudades a sus alrededores. Estas modificaciones obligaron a los directivos de UPS a buscar nuevas oportunidades de negocio, dada la visible limitación que encontraban en el servicio que prestaban hasta ese momento por la competencia del automóvil, que promovía a los consumidores a encargarse ellos mismos de llevar sus compras.

Fue así que entre los años 1950 y 1970 esta empresa amplió sus servicios realizando entrega de paquetes no sólo a particulares sino también a comercios dentro de las mismas localidades, como lo venían haciendo, pero también “entre” localidades. Muchas de éstas se encontraban fuera del mismo estado por lo que, a fuerza de notables peleas legales con las autoridades que regulaban el servicio postal norteamericano con el que comenzaron a competir, se fueron expandiendo a través del territorio norteamericano, para lo cual incorporaron como medio de transporte el aéreo.

II.1.1.3. Década del '70

Si bien la industria de la carga aérea tuvo sus comienzos en los EUA allá por el año 1940 cuando la empresa norteamericana United Airlines realizó el primer vuelo que llevaba únicamente carga,³ fue en los últimos años de la década del '60 y principios de la década del '70 cuando las empresas de la misma nacionalidad, DHL y Federal Express (el nombre actual y por el cual es mejor conocida es FedEx), introducían una característica importantísima que destacaría al servicio courier frente al servicio postal

³ Agencia Interamericana para la Cooperación y el Desarrollo (AICD), *La industria del transporte expreso aéreo en América Latina y el Caribe: evaluación de sus beneficios económicos y barreras regulatorias*, 1ª ed., Washington, Estados Unidos: PA Consulting Group, 2002, p 2-3.

común. Esta modificación estaba relacionada con la posibilidad de realizar entregas en tiempos muy reducidos en relación a los tiempos que se necesitaban hasta ese momento. Esto permitió que, por ejemplo, se pudiera llevar la documentación correspondiente a mercadería cuyo origen era la ciudad de San Francisco y el destino la ciudad de Honolulu, Hawai, en menor tiempo que el arribo del barco que contenía dicha mercadería, adelantando las gestiones ante el puerto de destino. O, también, tal como lo cuenta Madan Birla (ex gerente de FedEx) en su libro *FedEx Cumple*:

La primera noche de operaciones de FedEx, 17 de abril de 1973, un puñado de personas reunidas en torno a un sistema improvisado se dedicaron a clasificar 186 paquetes postales que luego pusieron a bordo de 14 aviones pequeños. Éstos arrancaron en seguida con destino a 25 ciudades en el territorio de los Estados Unidos. Esa noche era FedEx la primera empresa de transportes dedicada al servicio expreso de entrega de paquetes de la noche a la mañana.⁴

Pero claro, esta peculiaridad fue posible gracias a la incorporación de aviones dentro de sus estructuras operativas, porque hasta ese momento realizaban los transportes a través de líneas aéreas de pasajeros. Y esto representaba significativas desventajas tales como: a) que las líneas aéreas de pasajeros contaban con capacidades menores en sus respectivos depósitos de carga, dado que los mismos se encontraban ocupados en su mayor parte por el equipaje de los pasajeros; b) que las empresas de servicios expresos debían supeditar sus procesos operativos a los itinerarios de las líneas aéreas de pasajeros, que estaban adecuados a las necesidades de éstos.

De modo que, la adquisición de aviones que les permitía a las empresas ya mencionadas realizar entregas de documentos y paquetes en un día dentro de la geografía estadounidense, se sumó a la mayor importancia y popularidad que sus servicios ganaban, así como también al crecimiento de sus estructuras. La expansión de los negocios, los avances tecnológicos y las mejoras en el transporte fueron factores que ejercieron cada vez mayor presión sobre un sistema postal que se encontraba completamente regulado por una administración central. El sistema postal, entonces, comenzó a ver con recelo en esas empresas a un competidor importante que ofrecía — sobre todo en el ámbito internacional— un servicio no sólo de mayor calidad, sino de calidad homogénea a través de las fronteras. El servicio postal, por lo que se comprobará más adelante, se vio y se ve con serias dificultades de igualar estas

⁴ Birla, Madan, *FedEx cumple*, 19ª ed., Bogotá, Colombia: Norma, 2005, p. 1.

condiciones. En consecuencia, hacia fines de la década mencionada y principios de la década siguiente, EUA llevó adelante un gran debate público donde lo que se discutió fue la compatibilidad del servicio ofrecido por aquellas empresas privadas respecto de las leyes tradicionales de monopolio estatal.

A principios de la década del '80 el Congreso norteamericano decidió reconocer y, por tanto, desregular el mercado, permitiendo la actividad comercial de empresas privadas en el servicio de transporte y entrega de documentos y paquetes bajo la modalidad diferenciadora que las caracterizaba de entrega “a tiempo”. Esta modalidad, que no estaba al alcance de la operación del servicio postal nacional, se caracterizaba en aquellos servicios cuyas entregas se realizaban en el transcurso de la mañana siguiente al despacho del envío —o a más tardar sobre el mediodía del día siguiente— y que, de no realizarse según esta condición, implicaría un perjuicio para el destinatario. Por ello se pagaba por el servicio un precio más de dos veces superior al que se habría pagado de haber contratado el servicio postal de los Estados Unidos.

II.1.1.4. Década del '80

La década del '80 fue un período muy importante en la evolución de las empresas norteamericanas dedicadas al servicio courier como consecuencia de la desregulación del mercado postal norteamericano. Porque, además, a este cambio en la legislación norteamericana le siguieron discusiones y cambios similares en otros países tales como Inglaterra y Canadá en 1981, Alemania en 1984, Francia en 1986, Nueva Zelanda en 1987, etc.

Así, a pesar de la reticencia de las distintas oficinas postales nacionales de cada país que hacían sentir a través de los ministerios u oficinas correspondientes, e incluso de los respectivos Congresos donde se discutían las condiciones de incorporación del servicio expreso, las modificaciones a la estructuras normativas que regulaban los servicios postales iban ocupando sus respectivos lugares. Estas modificaciones

lograban que los servicios postales oficiales perdieran su carácter de exclusividad y le daban lugar a nuevos competidores que suministraban sus respectivos servicios bajo características especiales distinguidas.

Estas características estaban relacionadas con que los servicios courier, o expreso, en su condición de tales, debían ofrecer un transporte “puerta a puerta”⁵ de manera rápida, confiable y con un control único a su entero cargo. De este modo, la empresa transportadora debía proveer un monitoreo permanente desde la recolección del envío en el domicilio de origen, hasta la entrega del mismo en el domicilio de destino. Estas y otras características tales como que la entrega debía hacerse personalmente, o que se podía cambiar el domicilio del destinatario antes de que el envío fuera entregado en el domicilio originalmente consignado, formaban parte de las condiciones que en cada uno de los países se le imponían a las empresas privadas de servicio expreso, a cambio de permitir que las mismas fueran contempladas por las nuevas estructuras regulatorias del mercado postal respectivo.

Como es de esperar, estas condiciones hacían que el servicio fuera sustancialmente más costoso para la empresa que lo brindaba y, consecuentemente, para el consumidor, respecto de los precios de los servicios postales oficiales. Pero el auge del servicio expreso respondió, fundamentalmente, a necesidades que surgían en función del nuevo rumbo que adquirirían los negocios internacionales como consecuencia del proceso que, más tarde, fue conocido como “globalización”. Este proceso que actuó, fundamentalmente, como integrador de las economías mundiales, impactó directamente sobre la actividad postal eliminando sus barreras comerciales nacionales.

La prominencia de los mercados económicos regionales, la posibilidad de producir a costos más bajos al trasladar operaciones fuera del país de origen, la necesidad de proveerse con partes y componentes fabricados en distintos puntos del planeta, la utilidad de técnicas de fabricación como *just in time* (“justo a tiempo”)⁶ que

⁵ Se entiende por “puerta a puerta” el servicio por el cual la empresa que lo realiza es la encargada de retirar el envío en la puerta del domicilio del remitente y entregarlo en la puerta del domicilio del destinatario (a diferencia del servicio postal básico por todos conocidos, el cual consiste en recolectar el correo de los apartados y oficinas postales, para finalmente ser entregado a su destinatario por el correo postal del país respectivo).

⁶ *Just in time* es un método productivo por el cual las empresas reciben las materias primas e insumos justo a tiempo para su uso en la fabricación de productos que, una vez terminados, serán entregados a los

permitían reducir los costos de inventario y flexibilizar la fabricación, incluso *customizando* (“personalizando”)⁷ cada vez más los productos a los clientes, y otras razones más, fueron constituyendo el contexto en el cual el servicio expreso respondería con gran velocidad, flexibilidad y adaptación. El servicio era, por lo tanto, de alto costo, pero también de significativa velocidad y confiabilidad. Es así que las empresas de mayor renombre de la industria comenzaron a aumentar sus actividades cruzando los límites nacionales (si bien esto ya ocurría en la década del ‘70, fue en los ‘80 cuando adquirió su mayor impulso) en busca de conexiones regionales para, finalmente, expandirse por todo el mundo a partir de la incorporación de sus propias flotas aéreas.

II.1.1.5. Década del ‘90 y comienzos del nuevo siglo

Algunos de los rasgos distintivos que caracterizaron al menos a las cuatro empresas más conocidas de la industria, DHL, FedEx, UPS y TNT, durante la década del ‘90 y los primeros años del nuevo siglo XXI fueron su expansión y su crecimiento. Estos rasgos mostraron características más o menos similares en el desarrollo de cada una de las empresas, pudiendo agruparlos bajo aspectos tales como el operativo y el comercial, aunque no se puede desconocer la interrelación entre ambos.

En el aspecto operativo podemos señalar el incremento de las respectivas flotas aéreas a través de la incorporación de nuevas unidades. FedEx, por ejemplo, contaba hacia el año 2001 con una flota de 600 aviones. Fue también parte del crecimiento operativo la inauguración de distintos centros, cuyo principal objetivo fue la mejor y más rápida distribución mundial de envíos, muchos de los cuales fueron establecidos

consumidores de los mismos también justo a tiempo. De esta forma, se elimina la necesidad de tener materias primas, insumos y productos almacenados hasta el momento en que se necesiten.

⁷ Usamos la palabra *customizando* (*customizar*) para señalar el método productivo por el cual las empresas producen artículos y servicios que se ajustan a necesidades específicas de cada uno de los clientes.

directamente en los principales aeropuertos del mundo y estuvieron basados en la idea original de los '70 de Fred Smith, fundador de FedEx, llamada "el modelo del cubo y los rayos de una rueda".⁸

Esta idea consistía en lograr que todos los envíos recogidos fueran concentrados en un único centro de distribución (o algunos centros de distribución de acuerdo al aumento de la operación) desde donde, después de haberse realizado la tarea operativa de identificarlos por destino final y asignarlos al vuelo correspondiente, partieran lo más rápido posible. El cubo representaba el centro de distribución propiamente y los rayos, la llegada de todo lo recogido desde sus puntos de origen y el posterior transporte hacia sus destinos finales.

Las ventajas que estos cambios representaron se vieron reflejadas en la expansión que las empresas pudieron llevar a cabo al prestar servicio cada vez en más países. Tal es así que, por ejemplo, para fines de la década del '90 y los primeros años del nuevo siglo, algunas de ellas estaban operando en más de 200 países, con la consecuente expansión que ello representa.

Relacionado con el aspecto anterior, pero también y principalmente con los planes estratégico-comerciales de las empresas, cabe mencionar las adquisiciones de compañías que llevaron adelante, fundamentalmente, DHL y UPS. Fueron incorporando distintas unidades empresariales relacionadas con los servicios logísticos y de cargas aéreas que les permitieran irse posicionando como actores de peso, así como diversificando cada vez más el abanico de ofertas de servicios.

Dentro de este contexto, resulta pertinente destacar el hecho por el cual la empresa DHL, después de haber pertenecido a distintos propietarios, fue adquirida en un ciento por ciento por Deutsche Post World Net hacia el año 2002. Deutsche Post World Net es un conglomerado de empresas donde participa, entre otras, el Deutsche Post, o sea el correo postal oficial alemán.⁹ Este dato no es menor porque ilustra la importancia que las empresas de servicio courier han ido adquiriendo a través del tiempo y, probablemente, la potencial importancia que tendrán en los próximos años.

⁸ Birla, Madan, *Fedex cumple...*, *op. cit.*, p. 32.

⁹ Los datos mencionados siguen el informe de Deutsch Post World Net, Media Relations, *The Story of DHL 1969-2005, Steps to Success*, 1ª ed., Bonn, Germany: Diciembre de 2005.

Otro caso que grafica con verdadera elocuencia las adquisiciones con objetivos estratégicos-comerciales, fue el de la adquisición por parte de FedEx de la empresa Flying Tigers a fines de la década de los ´80. Con la incorporación de esta empresa de cargas aéreas, FedEx consiguió rápidamente los derechos de aterrizaje en muchos de los principales aeropuertos. De otra manera, le hubiera costado mucho tiempo obtenerlos.

II.1.2. Definición

II.1.2.1. Tres características básicas

Quizás el modo más efectivo para definir y entender el funcionamiento del servicio courier sea la descripción misma de su propio proceso operativo. Sin embargo, debemos antes resaltar tres características básicas que son comunes a toda la variedad de servicios ofrecidos por las empresas courier. Más adelante, realizaremos una brevísima explicación de los servicios más importantes que hoy en día están ofreciendo.

Si se considera la breve historia contada al comienzo de este capítulo, podemos señalar que la primera característica de este servicio es la que se conoce como “*puerta a puerta*”. La empresa UPS, en sus inicios, se dedicaba en la ciudad de Seattle, EUA, a llevar desde determinados comercios hasta la casa de los clientes la mercadería comprada por éstos. De este modo, UPS llevaba los productos desde la puerta del comercio donde fueron adquiridos, hasta la puerta del domicilio del consumidor que, con anterioridad, había realizado la compra. El desarrollo y la expansión de las empresas couriers hicieron que ese servicio *puerta a puerta* fuera un servicio que traspasaba los límites no sólo de los estados de EUA, sino también los límites nacionales de distintos países convirtiéndose en un servicio *puerta a puerta* internacional.

Sin embargo, este servicio se vio complementado por otra particularidad que destacó notablemente al servicio expreso frente al servicio postal universal. Esta particularidad fue la de la *velocidad*. Las compañías aeroexpresas comenzaron a ofrecer como parte de sus servicios la posibilidad de realizar entregas de los distintos envíos, bajo el servicio ya comentado *puerta a puerta*, pero en tiempos muy reducidos. Así, ofrecieron durante la década del '70 la posibilidad de realizar entregas dentro del territorio de los EUA en un día. Y a medida que fueron perfeccionando los procesos operativos, hasta llegaron a ofrecer la realización de las entregas antes de determinada hora de la mañana del día siguiente. Lógicamente, esta peculiaridad también formó parte de los servicios prestados internacionalmente. Pero en estos casos los tiempos de entrega (si bien fueron muy inferiores a los del servicio postal universal) tuvieron los incrementos temporales consecuentes de tener que cumplir con las inspecciones aduaneras de los distintos países y estuvieron sujetos a las posibilidades que cada región geográfica ofreciera.

Es interesante lo que cuenta en este sentido Madan Birla respecto de una gran dificultad con la que se encontró el director administrativo de FedEx en la India, entre los años 1997 y 1999, cuando algunos cargamentos demoraban hasta 21 días para realizar el trámite de pago de aranceles aduaneros correspondientes. Sin embargo, después de trabajar conjuntamente con la aduana de la India, lograron reducir los tiempos de aquellos trámites a 3 días. Esa misma gestión, por ejemplo, en los EUA se resolvía generalmente en el mismo día.

Finalmente, el tercer rasgo distintivo del servicio courier está mucho más ligado a los avances tecnológicos y comenzó a tener protagonismo durante la década del '80. El mismo tiene que ver con la *confiabilidad*, la cual se compone de una serie de ingredientes que van desde poder cumplir con los tiempos predeterminados de entregas, hasta saber a cada momento cuál es la ubicación del envío realizado. A su vez, la *confiabilidad* fue ganando mayor importancia en la medida en que los transportes a realizar eran de mercaderías no sólo con altísimos valores agregados, sino también con singular importancia para procesos productivos o cadenas de producción, tales como:

- envíos de componentes electrónicos,
- repuestos de maquinaria,

- todo tipo de documentación de proverbial importancia, como las cartas de crédito y demás documentos relacionados con la exportación/importación de mercadería,
- títulos de propiedad, documentos personales y otros objetos con valores sentimentales invaluableles.

Entonces, el servicio courier no sería tal si no cumpliera con un servicio *puerta a puerta*, de gran *velocidad* (que permite reducir inventarios y resolver situaciones en tiempos materialmente insuperables) y, finalmente, *confiabilidad* (que aporta la seguridad necesaria para poner en manos de un tercero contenidos de gran valor para el usuario).

Por último debemos agregar también otra propiedad que hace al servicio courier, pero que, sin embargo, no es una característica distintiva. No se debe entender por esto que no sea importante, de hecho lo es en gran medida, pero se contiene en las tres mencionadas anteriormente: esta propiedad es la *comodidad*. La *comodidad* tiene que ver, por supuesto, con la característica de *puerta a puerta*, ya que implica que ni el remitente ni el destinatario tengan más que esperar en sus respectivos domicilios para que la empresa courier haga el retiro y la entrega respectivamente. Pero también tiene que ver con la *velocidad*, dado que —por ejemplo— contando con el servicio courier un consumidor de libros puede obtener en pocos días una obra procedente de otro país (quizás agotada en su propio país), simplemente encargándola a través de internet y pidiendo su envío bajo un servicio *Premium* o *Express*, el cual se hará seguramente a través del courier.¹⁰ Del mismo modo, también la *comodidad* forma parte de la *confiabilidad* porque el usuario no tiene más que acceder a internet para conocer el estado de su envío. Finalmente, es también preciso destacar la comodidad que brinda el hecho por el cual la empresa courier se encarga de realizar todos los trámites pertinentes para que los envíos puedan ir superando los distintos regímenes e inspecciones aduaneras.

¹⁰ DHL, por ejemplo, tiene convenio con DeRemate.com para el envío de muchos de los productos que se venden a través de este portal.

II.1.2.2. Proceso operativo

Para describir el proceso operativo tomaremos como guía el trabajo llamado *La industria del transporte expreso aéreo en América Latina y el Caribe: evaluación de sus beneficios económicos y barreras regulatorias*, que preparó para la Agencia Interamericana para la Cooperación y el Desarrollo (AICD) la empresa PA Consulting Group, con sede en Washington, EUA.¹¹ Si bien no realizaremos una transcripción del mismo, seguiremos el orden de los pasos del proceso plasmado en ese trabajo, sintetizando los principales conceptos con algunos agregados propios a partir de la experiencia laboral y conocimientos del área.

Es posible describir el proceso de un envío por una empresa de servicio courier detallando 5 pasos básicos, a saber:

- 1) recolección o retiro del envío;
- 2) *sorting* o clasificación de los envíos;
- 3) operaciones en los centros de distribución;
- 4) clasificación y liberación de los envíos;
- 5) entrega o *delivery* del envío.

1) Recolección o retiro del envío: es el hecho por el cual un representante de la empresa courier pasa a realizar el retiro del envío en cuestión por el domicilio del cliente que remite para, posteriormente, ser enviado a su destino final. Existen variantes en la recolección tales como que el remitente acerque el envío a alguna sucursal de la compañía o lo deposite en alguno de sus buzones. Este retiro puede hacerse regularmente, lo cual significa que el cliente no debe ponerse en contacto con la empresa cada vez que necesite enviar algo, sino que puede especificarse que en determinado día y rango horario pase siempre el chofer o representante de la empresa courier (aunque también puede ser una persona a pie o en bicicleta).

¹¹ Agencia Interamericana para la Cooperación y el Desarrollo (AICD), *La industria...*, *op. cit.*, p. 2 y 3.

2) *Sorting* o clasificación: es cuando, una vez que se recibió de parte de los choferes la recolección del día en el centro operativo que los aglutina, se distribuye y consolida en distintas bolsas o contenedores toda la carga recolectada según la región de destino. Estas bolsas o contenedores, posteriormente, son trasladados al aeropuerto desde donde, según la región de destino, son cargados en los vuelos correspondientes. Previamente, han sido sujetas a inspecciones aduaneras y se han cumplimentado los trámites de exportación pertinentes.

3) Una vez que los vuelos partieron desde sus orígenes con la carga y arribaron a los centros de operaciones correspondientes, también llamados *Hub*, se realiza una nueva clasificación, según los destinos finales de los envíos. Éstos últimos son embarcados en nuevos vuelos que los llevarán directamente a los lugares donde concluirán su recorrido con la entrega a los respectivos destinatarios. Puede haber destinos que requieran aún de más conexiones.

4) Toda vez que los envíos hayan arribado, una vez desembarcados de los aviones que hasta allí los transportaron, estarán sujetos a la inspección aduanera de destino donde se llevarán a cabo los trámites pertinentes, tales como declaración de la mercadería arribada, pago de los impuestos, etc. Estas instancias son superadas por la misma compañía aeroexpresa. Al haberse finalizado todo este procedimiento, la mercadería es liberada, o sea, la aduana de destino permite que el agente transportador responsable de la misma se la lleve de allí.

5) Habiendo sido liberada la mercadería de la aduana, es trasladada al centro de operación de la compañía, donde una vez más se hace una nueva clasificación, pero esta vez relacionada con la localidad (dentro del país de destino) y dirección de entrega en esa localidad. Al determinarse esto, es distribuída entre los choferes o couriers encargados de realizar la última acción dentro de este proceso operativo, que consiste en entregarle el documento o paquete al destinatario final contra el pago correspondiente de impuestos ya abonados y otros gastos. Las compañías courier cobran honorarios por haber hecho el proceso ante la aduana, concluyendo así el ciclo del envío.

II.1.2.3. Consideraciones finales sobre el proceso operativo

Es importante no dejar de mencionar algunas consideraciones que contribuyen a entender más claramente el proceso.

Los pasos básicos descritos tuvieron en cuenta envíos internacionales. Sin embargo, también son válidos para envíos dentro de determinado país, lo que se conoce como “servicio doméstico”, en cuyo caso los pasos serán similares, exceptuando, por supuesto, todas aquellas acciones que tengan que ver con la aduana. De manera que para entender el proceso operativo inherente a un envío doméstico, habría que ignorar el paso 3, o sea aquel por el cual la carga queda sujeta a una nueva clasificación en un posterior centro operativo y su consecuente reenvío.

Por otra parte, cada uno de los pasos descritos, independientemente de que se trate de un servicio internacional o doméstico, son escaneados. Esto significa que, a través de instrumentos tecnológicos especiales, se va detallando rápida y ágilmente el progreso de los envíos. Posteriormente, la información obtenida a través de esos escaneos es dada de alta en los sistemas, permitiendo saber cada paso que el envío realiza. Esto, que se conoce como *trazabilidad*, le permite a la empresa courier monitorear permanentemente la evolución de sus envíos y corregir cualquier irregularidad que se presentase en tiempos muy aceptables. Paralelamente, esa misma información está disponible para que los clientes accedan a ella a través de sencillas operaciones que se llevan a cabo por internet. Este aspecto es una gran contribución a la confiabilidad que los clientes tienen sobre el servicio, ya que incluso hasta pueden advertir rápidamente algún problema que el mismo tuviera. Ejemplo de esto sería detectar que el envío ha sido dirigido a un país incorrecto pero cuyo nombre guarda cierta coincidencia con el nombre del país destinatario.

La mayoría de las veces, el transporte aéreo se realiza por la noche, lo que permite que la carga llegue a centro de operaciones en horas de la mañana o madrugada, desde donde se realizan nuevas clasificaciones y distribuciones. En general, el tiempo que tardan los envíos internacionales desde que son retirados en su domicilio de origen hasta que son entregados al destinatario, ronda entre las 24 hs. y los 5 días hábiles. Esto, por

supuesto, dependerá de muchas cosas, pero —para mencionar algunas de las más importantes— el lugar de destino y el contenido del envío son dos de las condiciones más críticas.

El lugar de destino no sólo porque su ubicación geográfica puede implicar un lugar muy lejano para llegar, y dificultoso en el caso de que se trate de una localidad que no es económica, financiera o políticamente importante en ese país, sino también porque puede tener un servicio aduanero que genere demoras más prolongadas.

En lo que al contenido del envío respecta, según se trate de una u otra cosa, estará sometido a más y mayores requisitos aduaneros para cumplir y/o preparación específica de embalaje. Como podemos imaginar, los requisitos aduaneros no son los mismos en todas las aduanas. Esto significa que determinado contenido puede acceder con mucha facilidad en tal o cual país, pero sin embargo puede estar sujeto a estrictas condiciones de ingreso, restricciones e incluso prohibiciones en las aduanas de otros países.

Finalmente, y relacionado con este último punto, debe ser claramente apuntado que es parte del servicio brindado por la compañías aeroexpresas, al menos en casi todas sus variantes, el responsabilizarse por los servicios de trámites aduaneros. Y esto, de hecho, sucede desde el comienzo mismo del proceso, puesto que cuando el cliente se contacta con la empresa para realizar el envío esta última lo asesora sobre las restricciones y/o prohibiciones existentes, así como la documentación necesaria que se debe adjuntar para realizar el transporte desde un lugar a otro. Esto es muy importante de ser considerado porque supone el control y los procedimientos que las compañías courier deben respetar y seguir en función de las normas regulatorias aduaneras de cada uno de los países del mundo donde operan.

III. SOBRE EL SERVICIO POSTAL

III.1. Introducción al servicio postal

En las próximas páginas, se desarrollarán los aspectos más relevantes del servicio postal. No obstante, a los fines de este estudio es necesario abordar el tratamiento del servicio postal en forma general. Considérese que el fin del capítulo es contribuir con información y datos adicionales que permitan entender y sopesar con mayor facilidad el objeto mismo de nuestro estudio, que tiene por protagonista al servicio courier. Vale decir, entonces, que nuestro propósito no es llevar adelante un estudio pormenorizado del servicio postal, sino proporcionar al lector el marco conceptual adecuado para el análisis posterior.

En el capítulo anterior, se desarrolló una breve narración de algunos de los hechos sobresalientes que fueron constituyendo el servicio courier tal como se conoce hoy en día. Es indispensable, a su vez, presentar una breve reseña histórica sobre el origen del servicio postal, ya que el servicio courier se encuentra íntimamente vinculado con aquél, dado que ambos coinciden en su objeto principal: hacer llegar un objeto desde el punto A al punto B.

III.1.1. Breve reseña histórica

Antiguamente, en lugares como China, Persia (actualmente Irán), Egipto, Grecia y el Imperio Romano, se dieron los primeros antecedentes del servicio postal. Era, en aquellos tiempos, función de este servicio hacer llegar las órdenes de los reyes y

emperadores a los confines de sus vastos territorios. Claro que, por aquellos días, los territorios eran de más difícil acceso si consideramos que no contaban con ninguno de los adelantos tecnológicos que hoy existen. Esas órdenes eran llevadas de boca en boca, así como también a través de escritos. Data del año 255 A.C., aproximadamente, el primer documento postal conocido que fuera encontrado en territorio de Egipto.

Con el paso del tiempo, este precario sistema de comunicación fue adoptado también para llevar de un lado a otro información e intercambiar noticias en el ámbito religioso. Asimismo, como muchas de las distancias a recorrer en esos intercambios eran decididamente largas, para completarlas se fueron estableciendo postas¹² que procuraban ayudar a los mensajeros haciendo incluso más ágil el proceso.

El servicio postal fue creciendo desorganizada pero constantemente. Es de fácil suposición que, a partir de inventos tales como la imprenta y avances tecnológicos en los sistemas de transporte, el servicio fue encontrando estímulos progresivos. Del mismo modo que nos es sencillo imaginar que ya no era sólo prerrogativa del uso imperial o religioso, sino también privado. Vale decir, que no funcionaba únicamente como un instrumento de importancia relevante para el desempeño de los gobiernos, sino que adquiría también cada vez más protagonismo fomentando el comercio y la industria. Se encuentran ya en el siglo XIV antecedentes de correo privado.

A través de acuerdos bilaterales que contemplaban las necesidades particulares de los interesados, se fue regulando inicialmente el servicio postal internacional. Pero en la medida que crecía, no sólo se multiplicaban los acuerdos, sino también los valores de las tarifas que se cobraban, las referencias de valores, los pesos y escalas de los mismos. Esto, como es de suponer, hizo tan complejo el sistema que comenzó a atentar contra el rápido desarrollo de los intercambios y comercio, y generó la imperiosa necesidad de buscar soluciones internacionales que estandarizaran y redujeran las formalidades.

Fue así cómo en 1840, en Gran Bretaña, como iniciativa del inglés Sir Rowland Hill, se redujo a un valor determinado el costo por envío de cartas dentro de su jurisdicción y se creó el primer sello postal. Posteriormente, en 1862, se realizó en

¹² “Postas”, del latín “*posita*”: apostadas, colocadas. El vocablo se refiere a la designación de paradores con determinadas distancias entre sí donde los encargados de llevar el correo se detenían a alimentarse, descansar y hacer el recambio de caballos.

París una conferencia internacional a la que asistieron representantes de países europeos y también de los EUA. Sin embargo, no fue en esta conferencia cuando se logró un acuerdo postal internacional que permitiera resumir las normas tendientes a la estandarización del sistema, sino que fue a través del Tratado de Berna, Suiza, de 1874 que se creó la Unión General de Correos. Esta organización, por incorporar rápidamente nuevos miembros, se llamó cuatro años después Unión Postal Universal (en adelante UPU).

La UPU, que entre sus actividades tiene la de congregarse cada cuatro años¹³ a sus estados miembros con el propósito de revisar y discutir cuestiones de interés¹⁴, se convirtió en el año 1948 en un organismo especializado de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) participando en distintos consejos, fundamentalmente aquellos que tienen relación con el desarrollo social y económico.

Pueden formar parte de la UPU todos los estados miembros de la ONU, pero también aquellos estados soberanos que, sin ser miembros de la ONU, sean aceptados por las dos terceras partes de los países miembros de la UPU. Actualmente, con la incorporación de la República de Montenegro, son 191 los estados miembros de la UPU.¹⁵

¹³ Ésta es una determinación llevada a cabo en la reunión de Bucarest, Rumania, en el año 2004. Hasta entonces, el Congreso se reunía cada 5 años.

¹⁴ La última realizada fue en Bucarest, Rumania, en el año 2004.

¹⁵ UPU. *Member by alphabetical order* [en línea]. [Berne, Suiza: UPU] 2001

<<http://www.upu.int/members/en/members.html>>. [Fecha de Consulta: 15 de junio de 2008].

III.1.2. Definición

III.1.2.1. Principales aspectos a considerar del servicio postal

Tal como lo hubiéramos indicado anteriormente, la UPU es un organismo intergubernamental encargado de establecer las normas para los intercambios de correo internacional. Es intergubernamental porque, históricamente, la actividad postal fue prestada por los propios Estados. Aquella función reguladora que tiende a facilitar y mejorar los distintos servicios postales, procura, finalmente, estimular la comunicación entre los habitantes del planeta, contribuyendo así al desarrollo social, cultural y económico del mismo. Sin embargo, y por razones que se conocerán más adelante, la UPU no tiene injerencia en aquellos asuntos que sean competencia de los correos nacionales, aunque puede realizar recomendaciones o sugerencias.

Es preciso también destacar que existen otros organismos internacionales en el ámbito del servicio postal, tal como la Unión Postal de las Américas, España y Portugal (o UPAEP). Son organismos internacionales pero acotados a su ámbito regional, conocidos como Uniones Restringidas. Incluso es probable que en muchos casos se hayan originado con anterioridad a la UPU. Esta última, no obstante, es la que tiene mayor peso representativo al abrigar bajo su nómina de miembros a buena parte del mundo e impide, además, a sus estados miembros que dentro de las Uniones Restringidas que formen, estipulen tratos menos favorables entre ellos que los previstos por la UPU.

III.1.2.2. Algunas definiciones

En 1964, en su congreso llevado a cabo en la ciudad de Viena, la UPU adoptó su Constitución. En la misma se definen cuestiones básicas tales como que, siendo la misión de la UPU el desarrollo eficiente del servicio postal universal de manera de procurar y facilitar que los habitantes del planeta puedan comunicarse entre sí, se garantiza entre los miembros de la Unión la libre circulación de las piezas postales a través de los territorios de cada uno de ellos. Estos territorios componen la red interconectada de la UPU. De este modo, los distintos estados están obligados, en tanto miembros de la UPU, a proveer las condiciones necesarias para el intercambio de piezas postales y tratar aquellas piezas de otros países con destino en sus territorios —o que se encontraran en tránsito por sus territorios pero teniendo por destino final un tercer territorio— como si fueran sus propias piezas postales sin ningún tipo de discriminación. De esta manera, el territorio total compuesto por la suma de todos y cada uno de los territorios de los estados miembros funciona como uno solo.

Años después, en el Congreso de Beijing¹⁶ que se llevó a cabo en 1999, se determinó que para reforzar la idea de *territorio postal único* (del que hiciéramos alusión en el párrafo anterior) era necesario que los estados miembros aseguraran el *Servicio Postal Universal* (en adelante SPU). El mismo se basaba en el conjunto de servicios postales básicos que cada uno de los estados se comprometían a garantizar, a través de los operadores responsables designados, dentro de su territorio, en forma permanente, accesible y a precios asequibles por los usuarios/clientes.

Al mencionar el conjunto de *Servicios Postales Básicos* que deben ser garantizados, la UPU especifica tres:

- correspondencia postal,
- encomiendas postales,
- otros servicios (ej. telegramas, transporte de fondos, servicios financieros, etc.).

¹⁶ Pekín, República Popular China.

Cuestiones tales como cantidades, contenidos y otros criterios contemplados bajo los servicios postales básicos pueden diferir entre un estado y otro. Por ejemplo, un estado puede considerar los libros y los periódicos como correspondencia postal, mientras que otro estado los puede considerar como una encomienda. Del mismo modo, la diferencia entre uno y otro puede estar dada por el peso del envío y no por su contenido. Todas estas variaciones tienen que ver con los criterios y factores con que el estado define cada uno de los conceptos.

Al mismo tiempo, la recolección, entrega y realización de estos servicios también debe observar cierta frecuencia. Al respecto, la recomendación de la UPU es que, por lo menos en el caso de correspondencia y encomiendas postales, una vez por día laborable se realice una y otra actividad (recolección y entrega) en los lugares correspondientes. Del mismo modo, la UPU también realiza recomendaciones respecto a los tiempos en que cada uno de los servicios será realizado, tanto en el ámbito nacional como en el internacional.

Se determinó también, en aquel congreso, que el Servicio Postal Universal debe ser accesible y asequible para todos los usuarios. Esto supone, justamente, que para poder estimular y facilitar las comunicaciones hace falta que los habitantes de un estado puedan llevar a cabo esas comunicaciones a través de un medio que esté al alcance económico de sus posibilidades y que les sea de fácil acceso.

El SPU supone que todos los habitantes del mundo deben tener acceso al mismo, basándose en el artículo 19 de la *Declaración Universal de los Derechos Humanos*, proclamada por la Asamblea General de las Naciones Unidas, en el año 1948, que dice:

Todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y expresión; este derecho incluye el no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión.¹⁷

Sin embargo, esta consideración varía de un país a otro y es así como, por ejemplo, existen países en vías de desarrollo que tienen entre un 14 y un 25% de su población sin acceso al servicio postal. Es por ello que cada estado debe definir los criterios bajo los cuales se garantizará la presencia del servicio. Algunos de los factores

¹⁷ ONU, *Declaración Universal de los Derechos Humanos* [en línea]. [Nueva York, EUA: Departamento de Información Pública] 2009. <<http://www.un.org/es/documents/udhr/>>. [Fecha de Consulta: 19 de enero de 2009].

a tener en cuenta a la hora de determinar la cobertura del servicio en el territorio de un país, de manera que la mayor parte de sus habitantes puedan acceder al servicio, son: densidad poblacional, distancia entre la oficina y/o buzón postal y los habitantes, horarios de atención, etc.

Recordemos que la UPU realiza recomendaciones con el objeto de estandarizar y procurar proveer de la mejor manera posible los distintos servicios. Pero, cabe recalcar que es competencia de cada país la definición precisa de cada uno de estos conceptos porque es tarea de cada uno de ellos atender las distintas realidades demográficas y geográficas, económicas, sociales y culturales que muchas veces tienen matices, incluso dentro de sus propios territorios. Como podemos imaginarnos, proveer estos servicios a precios asequibles y de manera que todos —o casi todos— los habitantes de un estado tengan oportunidad de utilizarlos supone costos altísimos, ya que se deben servir regiones densamente pobladas y de fácil acceso, como así también otras menos o poco pobladas y de difícil acceso con exactamente el mismo nivel de servicio. Esto supone poner en funcionamiento y mantener toda una infraestructura necesaria con sus costos inherentes. Es la UPU misma, de hecho, la que reconoce que en muchos estados la administración del Servicio Postal Universal es deficitaria.

Es también competencia del estado miembro determinar cómo y quién llevará adelante la administración del SPU. La misma puede estar a cargo de una oficina del propio gobierno nacional (como por ejemplo un ministerio), de un ente regulador, o de uno o varios operadores privados o públicos, según sea lo más conveniente para las necesidades de ese país. Puede ser la administración, incluso, desdoblada de manera que un organismo u oficina gubernamental sea la encargada de regular la actividad, mientras que un operador ajeno al gobierno es el responsable de la administración comercial y operativa de la misma. El modo en que se administre puede tener distintas formas, pero nunca debe dejarse de notificar debidamente a la UPU, ni tampoco dejar de respetar los conceptos básicos de ésta.

III.1.2.3. Proceso operativo

A continuación haremos una descripción de los pasos principales del proceso operativo *tradicional*. Destacamos su carácter “*tradicional*” porque, ya hace algunos años, la UPU, como consecuencia de los cambios sucedidos en el mercado postal, ha decidido revisar y proponer acciones que le permitan no sólo actualizarse sino también reforzarse, procurando no perder su importancia en un mercado cada vez más competitivo.

Del mismo modo en que lo hicimos con el servicio courier, presentaremos una sinopsis del proceso operativo postal tradicional, en base al trabajo llamado “*Access to Postal Markets*” emitido por la Oficina Internacional de la UPU¹⁸ en octubre de 2005. Si bien se ha respetado el orden lógico de aparición de los pasos del proceso en este trabajo dado (por razones obvias), no se sigue en detalle la descripción de los mismos, ya que esta presentación tiene por único objeto colaborar con una mejor comprensión del funcionamiento del sistema postal.

- 1) Luego de la preparación, el correo se recolecta de los buzones, oficinas postales y, en muchos casos, del domicilio del remitente. Aunque esto dependerá del servicio provisto, en general es válido para los envíos comerciales e institucionales. En estos casos, la preparación puede involucrar la intervención de un tercero. Este servicio muchas veces es realizado por un correo privado que, dados los grandes volúmenes, hace las veces de consolidador de la correspondencia.
- 2) El correo recolectado es llevado al centro de distribución local. En caso de tratarse de una localidad pequeña, seguramente coincide el centro de distribución con la única oficina postal, por lo que este paso no se realiza. Cuando se encuentra en el centro de distribución, es diferenciado entre correo

¹⁸ La Oficina Internacional (o *International Bureau* según su nombre en inglés) es el único cuerpo permanente de la UPU, creado en 1874 con sede en Berne, Suiza. Cumple funciones de secretariado y administración de la UPU.

para ser entregado en la misma localidad, en otra localidad del territorio nacional, o en una localidad perteneciente a otro territorio, o sea correo internacional.

- 3) Desde el centro de distribución, el correo que sea para la misma localidad es enviado a la oficina postal correspondiente que, a través de sus carteros, hace las entregas en los domicilios correspondientes, o es depositado en las casillas postales debidas. Mientras que el correo que tiene por destino otra localidad es trasladado, según la vía más conveniente (en general vía terrestre y aérea), al centro de distribución correspondiente. Luego será distribuido del mismo modo en que se detalla al comienzo de este párrafo.
- 4) En cambio, el correo internacional es trasladado por la vía más conveniente a la oficina internacional del operador postal de origen.
- 5) La correspondencia es distribuida según el país de destino y posteriormente despachada por la vía más conveniente, pero no sin antes estar sujeta, en algunos casos, a la inspección aduanera.
- 6) Cuando la correspondencia arriba al país de destino y es liberada por la aduana —después de, en algunos casos, haber sido inspeccionada—, es introducida en el sistema de proceso doméstico de correspondencia para ser entregada a nivel local o nacional a cargo del operador postal designado.
- 7) La correspondencia es llevada al centro de distribución correspondiente, desde donde se distribuye a las oficinas postales que completarán la entrega o, en el caso de tratarse de otras localidades, a los centros de distribución pertinentes, para que posteriormente sean repartidas entre las oficinas postales que se harán cargo de su entrega, ya sea a través de sus carteros en los domicilios consignados o depositándolas en las casillas postales.

III.1.2.4. Consideraciones finales sobre el proceso operativo

Del mismo modo en que lo hemos hecho en el capítulo referente al servicio courier, finalizaremos esta acotada exposición sobre el servicio postal con algunas consideraciones generales que son de relevancia para el entendimiento de su funcionamiento.

En este sentido, podemos mencionar como una característica notable del servicio postal aquella por la cual la red postal universal está constituida por cada uno de los correos oficiales de los países miembros. Esto es importante en tanto y en cuanto, en el ámbito internacional, los envíos son despachados por una empresa en el país de origen, mientras que son entregados por otra empresa en el país de destino. De este modo, el servicio postal cuenta con una red interconectada de 650 mil agencias postales, que, a su vez, emplean a 5,5 millones de personas. Pero esto, que parece la estructura más grande que existe en términos de servicio postal, es también la suma de muchas organizaciones que responden a distintas administraciones gubernamentales, privadas o mixtas.

Por otra parte, el tratamiento aduanero que reciben los envíos del servicio postal es de una singular sencillez. Solo es necesario que el operador complete un formulario que debe entregar con los datos en él requeridos a la aduana.

Por supuesto existen restricciones o prohibiciones relacionadas al contenido y/o valor declarado de la mercadería, pero estos controles son menos estrictos que los que se llevan a cabo a través de otro tipo de operadores.

Esta facilidad en el tratamiento aduanero del servicio postal surge como consecuencia de la cooperación entre la UPU y la Organización Mundial de Aduanas (OMA),¹⁹ que se materializó en la Convención Internacional de Kyoto de la OMA del año 1974. Este convenio internacional sobre la simplificación y la armonización de los regímenes aduaneros reconoció que el servicio postal seguía siendo el canal de comunicación más común para el envío de mensajes, cartas, información y pequeñas cantidades de artículos. Con el objeto, entonces, de contribuir a la estimulación de este medio tan importante para el desarrollo socio-cultural y económico de la población, se

¹⁹ Se usará de aquí en adelante la sigla OMA para nombrar a la Organización Mundial de Aduanas.

decidió cooperar generando entre las aduanas y las oficinas postales mecanismos de gestiones aduaneras que promovieran bajos costos y tiempos para el servicio postal, obteniendo como consecuencia la agilidad necesaria que alentara a la población mundial a seguir utilizándolo.²⁰

Es de destacar también que, tal como se publica en la 4^o edición del año 2004 de la Revista de la Unión Postal Universal, una de las mayores decisiones del XXIII Congreso de la UPU que se llevó a cabo en la ciudad de Bucarest,²¹ tiene que ver con el establecimiento de una norma internacional para la calidad de servicio:

Algunos correos aplican normas nacionales en materia de distribución, y Europa tiene normas regionales, pero nunca ha habido, hasta ahora, una norma internacional reconocida para la calidad de servicio. El XXIII Congreso de la UPU ha reconocido que los correos deberían realizar un esfuerzo para distribuir por lo menos el 50% de las cartas internacionales prioritarias que llegan dentro de un plazo de cinco días laborables.²²

Tal como lo menciona la nota más adelante, esta norma está especialmente dirigida a los países en desarrollo, siendo el objetivo final alcanzar el 65% para el año 2008. Y nos demuestra dos cosas: en primer lugar que si el objetivo es realizar un esfuerzo para que el 50% de las cartas internacionales lleguen dentro de los cinco días laborables, entonces hasta ese momento el promedio de entregas mundiales es inferior a ese objetivo; y, segundo, que la evidente disparidad existente entre los distintos correos del mundo hace mucho más difícil armonizar el sistema universal y, consecuentemente, emparejar su efectividad.

Esta orientación hacia objetivos de calidad y de mejoramiento del servicio, está relacionada con los cambios que el mismo está sufriendo como consecuencia del nuevo paradigma postal. Éste intenta adaptarse a la influencia de las nuevas tecnologías, a la liberalización de los mercados, al cambio de un cliente pasivo por uno exigente, y a la necesidad de fortalecer la oferta y diversificar sus servicios, tal como se hace con el

²⁰ Al respecto es de interés consultar el Anexo F.4 (ANNEX F.4) de la “Convención Internacional para la simplificación y armonización de los procedimientos aduaneros” (*International Convention on the simplification and harmonization of Customs procedures*, según su nombre en inglés) que surge como consecuencia de la Convención Internacional de Kyoto de la OMA en el año 1974.

²¹ Bucarest, capital de Rumania.

²² UPU, International Bureau (Berne, Suiza). Apuntes. *Union Postale 4* (Revista de la Unión Postal Universal), Berne, Suiza, 4 (2004): 3 y 4.

estímulo del correo directo (correo publicitario). Y, por supuesto, atendiendo la menor pero aún creciente demanda de correspondencia y el aumento progresivo del envío de encomiendas como consecuencia de la facilidad que las tecnologías y el fortalecimiento de las transacciones comerciales internacionales han ido provocando a lo largo de los últimos años.

Así, el servicio postal debe hacer frente a una mayor y más eficiente competencia sin dejar de proveer un servicio universal, que le impide retirarse de aquellas zonas o regiones donde no es rentable y que a su vez lo obliga a satisfacer, si no quiere perder su lugar en el mercado, los cada vez más exigentes requerimientos de sus clientes. Del mismo modo, para comprender modestamente la dimensión de esta transformación, tampoco debemos dejar de pensar que la misma debe llevarse a cabo en una red de operadores postales nacionales interconectados que responden, individualmente, a las condiciones e intereses de cada estado al que pertenecen. Por si fuera poco, los estados tienen entre sí diferencias notables respecto a sus grados de desarrollo, impidiendo un cambio homogéneo, sea en cantidad, calidad, velocidad o una combinación de todos ellos.

IV. HISTORIA DEL CORREO EN LA REPÚBLICA ARGENTINA

IV.1. Introducción

Continuando con el desarrollo de este trabajo, este capítulo tiene la intención de, con la brevedad necesaria, narrar cómo llega y se desarrolla el correo en la República Argentina. Es insoslayable —dada su íntima vinculación o, mejor dicho, su incuestionable origen— repasar el desarrollo del correo en la Argentina para, posterior y causalmente, poder explicar el arribo y el desarrollo del servicio courier.

A su vez, de modo de no perder la conexión entre el origen del correo y su origen en nuestra tierra, procederemos, inicialmente, a hablar de la llegada del servicio al continente americano.

Nos es también imprescindible advertir al lector que, a partir de este capítulo y cada vez con mayor intensidad, las referencias y la presencia misma del sistema normativo que compone la estructura legal que regula al sistema postal serán más habituales. Esto, naturalmente, torna la lectura de este trabajo en una empresa un poco más ingrata. Pero no hace falta explicar las razones de mencionadas presencias, dado que se trata de lo primordial en esta elaboración. No obstante, hemos elaborado un cuadro sinóptico con las principales normas, que servirá de guía cada vez que el lector lo necesite. El mismo puede ser consultado en la página 111. Confiamos entonces que, entre el desarrollo especialmente cuidado en este sentido y la buena predisposición del lector, logremos que las próximas páginas sean de lectura amena y llevadera.

IV.2. El correo en América

El correo en el continente americano tiene origen incluso antes de la conquista de América porque las civilizaciones más complejas y grandes de este gran continente contaban con sus propios sistemas de comunicación. No debemos olvidarnos de que esas civilizaciones tenían sistemas de escrituras como el tan conocido “quipu”.²³ Sin embargo, no fueron éstos los sistemas que prosperaron, a pesar de que estaban dotados de organizaciones semejantes a las del correo europeo, según lo indica el Dr. Horacio C. Rivarola en la conferencia que pronunció como Director General de Correos y Telégrafos en el año 1942.

La conquista de América trajo consigo, a medida que las necesidades así lo requirieron, su propia organización postal. Esta organización estaba centralizada por un “Correo Mayor”²⁴ que, desde España, ejercía la administración general del correo con el Nuevo Mundo. Fue, de hecho, la Corona española la primera en establecer el correo transatlántico conectándose con las zonas descubiertas y aquellas que fueran a descubrirse. Bajo la administración del Correo Mayor, el costo del correo lo pagaba el remitente y la administración ponía un gran énfasis en mantener la inviolabilidad del correo (lo que tiene sus antecedentes en los orígenes mismos del correo, el cual al tratarse mayormente de comunicaciones gubernamentales, era de máxima confidencialidad). Posteriormente, este sistema sufrió un cambio, haciéndose cargo del costo del correo el destinatario. Pero, tal como ya lo explicáramos, cuando el inglés Sir Rowland Hill introdujo el sello postal, que fue rápidamente adoptado por muchos países, se retornó al viejo sistema haciéndose cargo del costo nuevamente quien remitía el correo.

Este consistía, inicialmente, en el transporte de correspondencia e impresos a través de las rutas marítimas que permitían la comunicación con el Viejo Mundo, y

²³ Quipu: cada uno de los ramales de cuerdas anudados, con diversos nudos y varios colores, con que los indios del Perú suplían la falta de escritura y daban razón de las historias y noticias, así como de las cuentas en que es necesario usar guarismos.

²⁴ También llamado “Correo Mayor de las Indias, Islas y Tierra Firme del Mar Océano”.

también a través de rutas terrestres que conectaban, principalmente, a las ciudades de mayor importancia dentro de cada virreinato. De este modo, el Virreinato del Río de la Plata se veía comunicado a través de las rutas que unían a Buenos Aires con Chile, el Alto Perú, Paraguay y Uruguay.

Ya a mediados del siglo XVII el correo había comenzado a transportar, además de la correspondencia general, diversas mercaderías entre las que se contaban metales preciosos y productos, así como también personas, ya que el transporte se realizaba con la ayuda de mulas o caballos conocidos también por el nombre de “chasquis”.²⁵ Establecidas las rutas, también se disponían a lo largo de ellas distintas postas donde el correo hacía el recambio de animales que lo cargaban, mientras el conductor, que generalmente era español, más el guía indio y sus ayudantes (que también eran indios) descansaban.

En el siglo XIX, con los movimientos revolucionarios independentistas, la comunicación sufrió la interrupción entre el Nuevo y el Viejo Continente. Sin embargo, dentro del continente americano, continuó funcionando según su organización original y en las medidas de sus posibilidades.

Más aún, con el paso de los años y a medida que las independencias se fueron consolidando, las necesidades de comunicación, más el resto de los beneficios ya probados que la misma traía aparejada, fueron reforzando esos canales a través de convenios bilaterales. Estos acuerdos, posteriormente, fueron reemplazados por la UPU (de la que ya hemos hablado anteriormente) en el transcurso de la segunda mitad del siglo XIX y, hacia el año 1911 y como consecuencia de una idea uruguaya, también por la “Unión de los Correos Sudamericanos”, actualmente UPAEP.

²⁵ Emisario, correo.

IV.3. Reseña histórica de la llegada y desarrollo del correo en la Argentina

IV.3.1. Inicios del correo en la Argentina

Hacia fines del año 1747 y principios del año 1748 no existía en la ciudad de Buenos Aires correo fijo. Sin embargo sí existían, dado el comercio que la ciudad mantenía con Chile y Perú, comunicaciones que corrían por cuenta de los propios interesados. Y fue, justamente, por iniciativa de un comerciante y miembro de la municipalidad de la ciudad llamado Domingo Basavilbaso que surgió la necesidad de establecer un correo fijo con aquellas otras ciudades con las que Buenos Aires mantenía un vínculo comercial estable. En 1748 fue nombrado Basavilbaso como el primer Teniente de Correo Mayor por el Sr. José de Andonaegui, gobernador de Buenos Aires. Pero ocurrió unos veinte años después, cuando llegó la aprobación de la Corona para la instauración del correo fijo. En ese momento, don Basavilbaso quedó como su administrador y fue sucedido pocos años después por su hijo Manuel, quien lo administró hasta el año 1794.

Cabe recordar que en el año 1776 se creó el Virreinato del Río de la Plata, el cual abarcaba a las actuales repúblicas de la Argentina, Bolivia, el Paraguay y el Uruguay. Desde comienzos del siglo XIX el escenario político fue sufriendo modificaciones conforme se gestaban los distintos movimientos internos como consecuencia de la corriente independentista y, si bien en determinados momentos la Administración de Correos se limitaba a la ciudad de Buenos Aires, la red de postas se mantenía y acrecentaba.

Como consecuencia de la flameante y efímera presidencia de la República instaurada en el año 1826, presidida por Bernardino Rivadavia, se nacionalizó el correo a través de la fundación de la Dirección General de Correos, Postas y Caminos, posteriormente llamada Administración General de Correos, la cual quedó a cargo de Juan Manuel de Luca hasta el año 1858. Durante los períodos de gobernación de la

provincia de Buenos Aires por parte de Juan Manuel de Rosas, la actividad postal no sólo disminuyó sino que desapareció la inviolabilidad de la correspondencia.

En el año 1853, formando parte del texto de la Constitución Nacional, se establecieron como fondos del Tesoro Nacional, entre otros recursos, la “*renta de Correos*”, también se determinó la “*inviolabilidad*” de la correspondencia y la potestad del Congreso de “*arreglar y establecer las postas y correos generales de la Nación*”, según sus artículos 4º, 18º y 64º respectivamente.²⁶ Dadas las circunstancias políticas de esa época (Buenos Aires formaba un Estado aparte de la Confederación, originado como consecuencia de la Constitución de 1853), la administración general del correo de la Confederación se encontraba en la ciudad de Rosario, pero —a pesar de las interferencias que aún existían entre Confederación y Buenos Aires— la comunicación vía correo se mantenía.

En 1856 se implementó el uso de la estampilla (inventado por Sir Rowland Hill, tal como lo hubiéramos comentado anteriormente), que en Inglaterra estaba funcionando desde 1840 y que, en América Latina, Brasil ya había incorporado en 1843.

Como consecuencia de la renuncia del presidente Derqui en 1861, asumió en su lugar quien hasta entonces se desempeñaba como gobernador de Buenos Aires, el general Bartolomé Mitre. Un año después, Mitre nacionalizó el correo de Buenos Aires, centralizó el servicio en esta ciudad y confirmó bajo el nombre de “Administrador General de Correos y Postas Nacionales” a Gervasio Antonio de Posadas, cuya administración duró hasta 1874.

No está de más introducir, como hecho particular, la utilidad que por aquellos días tuvieron las diligencias, según lo explica la publicación de la Organización Coordinadora Argentina (OCA):

Estas empresas particulares eran subsidiadas por el Estado, según distintas formas; el objetivo primordial lo constituía el transporte de correspondencia y, luego, el de personas y bultos. Las diligencias llevaban hasta 12 pasajeros en dos largos asientos ubicados frente a frente; en el techo se cargaba la correspondencia, y en la parte trasera los equipajes y encomiendas de peso. En algunos casos, se aceptaba un pasajero al lado del conductor (o mayoral), en su alto pescante, y a veces se les ubicaba también en el techo, como lo exhibe el emblema de la mensajería de Merlino y Campanella, de Buenos Aires.²⁷

²⁶ República Argentina. Constitución Nacional, Buenos Aires: Congreso de la Nación Argentina, 1994.

²⁷ OCA (Buenos Aires), *Historias del Correo en la Argentina*, Buenos Aires: OCA, 1993, p. 60.

Y un poco más adelante agrega:

Los vehículos, que debían ser “completamente seguros, cómodos y aseados”, de acuerdo con la ordenanza de 1863, se detenían en las postas del camino para la remuda de caballos, y, al final de la jornada, de unos 100 km en promedio, para pasar la noche. Sin embargo, las postas no habían cambiado en demasía. Por lo demás, las disposiciones tan minuciosas expedidas por la autoridad, no siempre eran respetadas, aunque es cierto que se aplicaban sanciones.²⁸

Esta descripción, además de resultar muy gráfica sobre la operación de aquellos años, nos señala cómo ya por aquella época el Estado y las empresas privadas interactuaban complementándose.

Ya nacionalizado el correo, y en manos de Posadas su administración, el mismo continuó durante esos años organizándose y desarrollándose. No perdió, sino por el contrario, ese impulso durante la presidencia de Sarmiento (1868-1874), ni tampoco durante la presidencia de Nicolás Avellaneda (1874-1880), quien nombró como reemplazante de Posadas, a cargo del Correo, a Eduardo Olivera. Éste generó muchos cambios de relevancia en la administración del correo, siendo algunos de los más importantes la fusión de la Dirección de Correos con la Dirección de los Telégrafos, bajo la creación de la Dirección General de Correos y Telégrafos (posteriormente llamada Empresa Nacional de Correos y Telégrafos, más conocida como ENCOTEL). Además, logró la sanción de la Ley de Correos N° 816 del año 1876, cuyas disposiciones fueron la espina dorsal del correo por casi un siglo.

En 1878, la República Argentina se incorporó como país miembro de la Unión General de Correos, que ese mismo año recibió el nuevo y actual nombre de Unión Postal Universal. Hacia fines del siglo XIX, y comienzos del siglo siguiente, con el desarrollo del ferrocarril, las postas comenzaron a desaparecer, siendo reemplazadas por las estaciones de trenes. Este transporte tuvo, en lo sucesivo, una importancia proverbial en el correo, como también lo tuvo y lo tiene el transporte aéreo, del cual no podemos dejar de recordar a uno de los pilotos que realizaba este trabajo, allá por los primeros años del siglo XX, como lo fue Antoine de Saint-Exupéry.²⁹

²⁸ *Íbid.*, pág. 60 y 63.

²⁹ Antoine de Saint-Exupéry, autor de *El Principito*.

IV.3.2. Algunos cambios se suceden (décadas '40-'60)

Los años transcurrieron, los encargados de la dirección del correo también, hasta el año 1944, cuando se dispuso la autarquía del correo, el cual además comenzó a llamarse Dirección General de Correos y Telecomunicaciones, según lo determinaron los avances tecnológicos de la época. Cinco años más tarde, luego de que la dirección cambiara de nombre por Administración General, se creó la Secretaría de Correos y Telecomunicaciones de la Nación, que al poco tiempo se llamó Secretaría de Comunicaciones e incluso, después, adquirió el rango de Ministerio, el que conservó por un período corto tras el cual retornó a su jerarquía anterior (en determinado momento, incluso, alcanzó a tener el rango de Subsecretaría).

La década del '50 no fue menos inquieta respecto a los cambios que se fueron sucediendo. Así, como consecuencia del establecimiento de nuevas rutas, el desarrollo del parque automotor y la nacionalización del servicio ferroviario, este último comenzó a disminuir su importancia frente al transporte por carreteras en lo que a correspondencia se refiere.

Y, sobre finales de la década, en 1957, surgió una empresa llamada Organización Coordinadora Argentina (OCA) bajo el estímulo de realizar “servicios de gestión” para la empresa automotriz Industrias Kaiser Argentina (IKA), en la ciudad de Córdoba, la cual no podía satisfacer sus necesidades de envíos, fundamentalmente de correspondencia comercial, solamente con el servicio del correo oficial. De este modo surgió el primer correo privado de la Argentina, que con el paso de los años en la década del '60 se expandió tanto geográfica como comercialmente, sirviendo a otras empresas e industrias con su propia flota de vehículos, como así también de las líneas aéreas y del servicio ferroviario.

IV.3.3. De la concentración a la apertura controlada (década del '70)

En los primeros años de la década del '70 se sancionó una serie de leyes que tuvo por objeto intensificar la concentración del servicio postal en manos del Estado. Las leyes fueron:

- Ley N° 19654 (1972), creó la *Empresa Nacional de Correos y Telégrafos* (ENCOTEL) que comenzó a funcionar en 1974;
- Ley de Correos N° 20216 (1973), sustituyó a la Ley N° 816 del año 1876. Esta ley, en su artículo 4°, admitió la intervención de terceros en la prestación de servicios postales pero bajo condiciones y circunstancias especiales. El artículo dice: “Cuando existan razones de fuerza mayor u otras causas que afecten la regularidad del servicio postal, la Administración de Correos podrá encargar temporalmente a particulares, la ejecución total o parcial de dicho servicio.”³⁰
- Ley N° 21138 (1975), sancionada por el Congreso con el objeto de modificar el artículo 2° de la ley anterior al determinar, en su artículo único, inciso c, que “Los remitentes de los envíos mencionados en los incisos a) y b) [incisos que preceden a éste y que determinan los tipos de comunicaciones alcanzadas por este artículo] deben inexcusablemente utilizar los servicios postales que presta el Estado, no pudiendo distribuirlos por su cuenta.”³¹

Retomando palabras de la edición mencionada de OCA:

Sin embargo, la actividad privada no se suspende. En dos causas iniciadas por la ENCOTEL, la Justicia sobresee definitivamente a las empresas particulares, que continúan funcionando al amparo de ambas sentencias absolutorias. Fracasan así las tentativas de estatizar totalmente el transporte de correspondencia. Es que la compañía oficial y su disponibilidad de recursos resultan insuficientes para mantener el máximo grado de calidad y abarcar todo el mercado. Tal insuficiencia se expresa de manera nítida en los servicios de clearing bancario, que necesitan de

³⁰ República Argentina. Ley N° 20216/73: De Correos. Buenos Aires, Boletín Oficial, 1973, p. 2.

³¹ República Argentina. Ley N° 21138/75. Buenos Aires: Boletín Oficial, 1975, p. 1.

comunicaciones ágiles y puntuales, altamente especializadas y sostenidas por una costosa estructura operativa.³²

Seis años después de la promulgación de la nueva Ley de Correos (Ley N° 20216) del año 1973, bajo el gobierno de facto dirigido por la Junta Militar,³³ se modificó el artículo 4° de esa ley, tal vez bajo la presión de las insuficiencias de servicio en la que el correo monopolizado estaba incurriendo. Esta modificación fue de singular importancia porque, justamente, indicó el comienzo legal de la apertura del mercado postal a los prestadores privados, ya que autorizó a la Administración de Correos a permitir la colaboración, en caso de fuerza mayor (esto es en caso de que el correo postal no pueda cumplir con el servicio en su totalidad), de terceros en la ejecución del servicio postal. Esto significa que comenzó el proceso inverso de concentrar el servicio postal en manos del Estado, que hasta el momento se había mantenido. El artículo se modificó a través de la Ley N° 22005 (1979), que dice:

Artículo 4° - 1) Cuando existan razones de fuerza mayor u otras causas que afecten la regularidad del servicio postal, la Administración de Correos podrá encargar temporariamente a particulares la ejecución total o parcial del servicio. 2) Podrá asimismo autorizar a terceros la admisión, transporte y entrega de comunicaciones o envíos sujetos a monopolio postal según lo previsto en el artículo 2° de esta Ley cuando los mismos requieran un tratamiento que no pueda ser brindado por aquella a través de sus servicios generales. Las autorizaciones deberán asegurar a la Administración de Correos un ingreso cuyo importe resultara de aplicar a los envíos admitidos por el tercero autorizado, la tasa establecida en el servicio oficial para las comunicaciones cerradas no sujetas a controles ni servicios especiales.³⁴

Tal como el texto precedente lo indica, a partir de esta ley se encontró instrumentada la posibilidad de darles participación en la prestación del servicio postal a los particulares. O sea, hasta este momento ENCOTEL tenía el monopolio legal del servicio nacional, pero de allí en más ese monopolio dejó de ser tal, en beneficio de la apertura del mercado a la participación de empresas privadas, a cambio de que estas últimas le paguen al Estado una retribución determinada. Además, el Decreto N° 1220 del mismo año introdujo modificaciones al decreto reglamentario de la Ley de Correos N° 20216/1973 (Decreto N° 151, del 16 de enero de 1974). Estas modificaciones

³² OCA, *Historias...*, op. cit., p. 79 y 81.

³³ Junta Militar: cúpula militar dictatorial integrada por Videla, Massera y Agosti a cargo del Poder Ejecutivo y Legislativo Nacional tras el derrocamiento, por golpe de Estado en el año 1976, de la presidenta María Estela Martínez de Perón.

³⁴ República Argentina. Ley N° 22005/79. Buenos Aires, Boletín Oficial, 1979, p. 2.

fueron de notable relevancia, ya que determinaron que las autorizaciones en beneficio de los particulares que deseen operar como servidores postales fueran por un lapso mínimo de cinco años. Asimismo, los autorizados, podían fijar el precio por sus servicios con sus clientes, debiendo pagarle al Estado el equivalente por el servicio de cartas ordinarias (cartas simples).

IV.3.4. Consolidación de la apertura del mercado postal (década del '80)

La década del '70 nos deja un mercado postal que, del monopolio legal, pasó a permitir la intervención de operadores particulares. Sin embargo, existieron muchos factores que potenciaron cada vez más ese cambio en el mercado logrando que los servicios particulares pasen de ser colaboradores (en la medida de las necesidades del servicio postal estatal) a protagonistas de peso.

Entre esos factores podemos mencionar el deterioro en el servicio de ENCOTEL y cabe aquí una aclaración muy importante. ENCOTEL cumplía, por aquellos días, no sólo sus responsabilidades como Empresa Nacional de Correos y Telégrafos, sino que también era el órgano estatal encargado de controlarse a sí mismo y a los operadores privados, así como también tenía la potestad sobre el otorgamiento de autorizaciones a terceros. Esto, sin lugar a dudas, le asignaba varios roles cuyas responsabilidades eran incompatibles entre sí. El hecho de tener que controlarse a sí mismo implicaba, al menos, una gran tentación de disminuir los controles allí donde la operatividad se encontrara comprometida.

Por otra parte, en el libro *El Negocio Postal. La entrega del Correo*, su autor, Antonio Sidero, explica que ya hacia finales del proceso militar, muchos de los correos privados hicieron uso de procedimientos poco transparentes, con el objeto de ir ganando mayor espacio en el mercado cuya apertura estaba teniendo lugar. Algunos de los instrumentos y medios de los que se valieron para poder alcanzar un poder más grande en términos de participación de mercado fueron, entre otros y siempre de acuerdo con

Sidero, sobornos, corrupción, operaciones de desprestigio del correo estatal, evasión a través de declaraciones juradas irreales que —valga la redundancia— declaraban menor cantidad de envíos frente a los realmente procesados, de manera de tener que pagar al Estado cánones³⁵ más reducidos, penetración e influencia en el órgano de control (ENCOTEL), y firma de contratos altamente beneficiosos antes de la reinstauración de la democracia.

Ése fue el transcurso de la situación hasta que, en período de democracia, casi en el cuarto aniversario de la asunción de Raúl Alfonsín como presidente electo de la República Argentina,³⁶ el viernes 27 de noviembre de 1987 se publicó en el Boletín Oficial el Decreto N° 1842 de ese mismo año y mes, como consecuencia de lo que el Estado consideraba un deterioro funcional y financiero de la empresa estatal. Esto atentaba contra la oferta del servicio que, por aquel entonces, la ciudadanía demandaba cada vez más. Las condiciones estructurales en las que los servicios se prestaban habían cambiado notablemente y era uno de los objetivos del decreto generar la competitividad necesaria que procurara un mejoramiento en la oferta y eficiencia de los servicios e, inherentemente, en el empleo y las inversiones.

Este decreto del Ministerio de Obras y Servicios Públicos de la Nación estaba directamente relacionado con la desmonopolización de los servicios públicos prestados por las empresas estatales, con excepción de la explotación y comercialización de hidrocarburos. Su texto, en el artículo 1° manifiesta que:

Artículo 1° - Se establece como principio general, en materia de producción y provisión de bienes y prestaciones de servicios, en el área de actividad de las empresas públicas dependientes del MINISTERIO DE OBRAS Y SERVICIOS PÚBLICOS, la libre concurrencia del sector privado, en las condiciones establecidas por este decreto. Quedan exceptuadas del régimen de este decreto la explotación, industrialización y comercialización de hidrocarburos.³⁷

Aquello que había comenzado como una tímida apertura —y bajo condiciones extraordinarias— del mercado, controlada por el Estado en el año 1979 bajo la Ley N° 22005, consolidaba ahora la condición de apertura absoluta a través de esta normativa,

³⁵ Importe que se le debe pagar al Estado durante el término de la explotación del servicio.

³⁶ 10 de diciembre de 1983.

³⁷ República Argentina. Decreto N° 1842/1987, Buenos Aires: Boletín Oficial, 1987, p. 1 y 2.

al permitir el ingreso de cualquier prestador privado que cumpliera con los requisitos técnicos necesarios, también prescriptos por el texto del decreto.

IV.3.5. Reforma del Estado, años controvertidos y privatización (década del '90)

En el año 1989, el ex presidente Raúl Alfonsín había sido reemplazado por el entonces presidente Carlos Menem, quien llevó adelante la llamada Reforma del Estado bajo la Ley N° 23696. Esta reforma tuvo por objeto revertir la negativa situación económico-financiera en la que se encontraba sumido el país en aquel momento, a través de la reducción y agilización de la Administración Pública, por medio de una sucesión de etapas que procuraban perfeccionar el aparato estatal a partir de la eficacia y eficiencia administrativa. Se declaró entonces, a través de aquella ley, la emergencia administrativa y el estado de emergencia de la prestación de los servicios públicos. Esta ley, sancionada por el Congreso Nacional, facultó al Poder Ejecutivo Nacional para proceder a la privatización o concesión total o parcial de los servicios que se encontraran a su cargo, así como también a la liquidación de las empresas que, en todo o en parte, pertenecieran a la Administración Nacional y que fueran sujetas de tales acciones según la misma ley lo determinaba.

A través del Decreto N° 214, con fecha 24 de enero de 1992, se determinaron dos cambios importantes en lo que a correos y telégrafos respecta. El artículo 2° creó la Comisión Nacional de Correos y Telégrafos (CNCT), que dependió indirectamente del Ministerio de Economía, Obras y Servicios Públicos, cuya principal responsabilidad era ejercer la autoridad de aplicación del marco regulatorio de toda la actividad postal. Asimismo, el artículo 6°, creó la Empresa Nacional de Correos y Telégrafos Sociedad Anónima (ENCOTESA), reemplazando a ENCOTEL. La constitución del capital social de ENCOTESA, de acuerdo con lo estipulado por el decreto, conservó como mínimo, en manos del Estado, el cincuenta y uno por ciento (51%) de las acciones con derecho a voto. Hasta un catorce por ciento (14%) quedó en manos de los empleados de

ENCOTESA, mientras que el resto de las acciones se destinó preferentemente al sector privado. El gerenciamiento operativo de esta nueva empresa era ejercido por la sociedad o entidad que se adjudicara la cuota parte de capital social privado mayoritario.

Estas dos modificaciones, decíamos, fueron de significativa importancia dado que, por un lado, se le adjudicó a la CNCT entre sus principales responsabilidades las siguientes:

- Ser el órgano de fiscalización y contralor de los prestadores.
- Ejercer el poder de policía en el sector postal, descentralizando estas facultades de la empresa ENCOTEL.
- Reglamentar la prestación de servicios postales.
- Reglamentar la incorporación de nuevos servicios.
- Controlar el correo oficial (ENCOTESA).
- Otorgar las licencias a los prestadores privados de servicios postales.

Al mismo tiempo, por otro lado, ENCOTEL le dio lugar a ENCOTESA, empresa nacional de la que podían formar parte capitales privados, tal como lo hemos detallado más arriba, y que presenta entre los aspectos más relevantes de su conformación:

- Tener a su cargo la prestación del Servicio Público, Postal, Telegráfico Nacional e Internacional de la República Argentina.
- Constituir el Correo Oficial de la República Argentina.
- Permitir que su planificación y gerenciamiento operativo esté a cargo de la sociedad o entidad con mayor participación en la cuota parte de capital social privado.
- Determinar que su administración esté a cargo de un Directorio compuesto por cinco miembros por el Estado Nacional, tres por el sector privado y un representante de los trabajadores.
- Ser miembro de la Unión Postal Universal con las obligaciones y derechos inherentes.

Casi un año y medio después de la creación de la CNCT y ENCOTESA, se publicó en el Boletín Oficial el miércoles 16 de junio de 1993, el Decreto N° 1187 — que más adelante estudiaremos en detalle—. Esta nueva medida implicó la absoluta supresión del monopolio postal estatal, quedando el mercado completamente libre y abierto a la competencia. Clara señal de esto es que, en el mismo decreto, se suprime la tasa postal que los prestadores privados debían pagar según leyes anteriores, quedando sujetas (las empresas) al pago de los impuestos ordinarios. Asimismo, las empresas quedaron facultadas para determinar libremente los precios y servicios que otorgan tanto en el mercado local como en el internacional. Por último, se define el mercado postal y se incluye por primera vez la denominación “courier”, considerando la actividad de ese tipo de empresas como distintivas dentro del mercado postal.

También se creó el Registro Nacional de Prestadores de Servicios Postales (RNPS), a cargo de la CNCT, en el cual debían inscribirse todos los interesados en realizar la actividad postal que cumplieran con determinados requisitos, entre ellos el pago anual del “derecho a inscripción” al Registro, que tenía por aquel entonces un costo de cinco mil pesos anuales.

En síntesis, se eliminó completamente lo poco que quedaba del monopolio estatal respecto de la explotación del mercado postal local e internacional, se desregularon el servicio y sus tarifas, y se determinó el alcance del Servicio Postal Universal, cuya responsabilidad recayó completamente en ENCOTESA. Estas tres modificaciones fueron causas esenciales, en los años subsiguientes, de grandes agitaciones que concluyeron con la privatización, por medio de concesión, de ENCOTESA.

Efectivamente, si bien ENCOTESA en sus primeros años de vida logró recuperarse, entre otras cosas a partir de la incorporación de nueva tecnología y capacitación de sus empleados, con el paso de los años y como consecuencia de aquellas medidas, las empresas privadas que operaban en el mercado postal pasaron de ser alrededor de entre 30 y 50 a 250 ó 300 empresas. La competencia privada, que en el comienzo operaba con desventajas competitivas respecto a la empresa estatal dados sus cuadros tarifarios notablemente superiores, poco a poco fue reduciendo ese margen toda vez que se expandía y consolidaba en el mercado.

Además, la empresa estatal, supuestamente como consecuencia de mantener precios bajos y uniformes (recordemos los precios asequibles del Servicio Postal Universal de la UPU), una gran infraestructura que le generaba altos costos y la obligación de cumplir con el servicio en todo el territorio nacional aún cuando éste involucrara zonas con frecuencia bajísima de envíos, comenzó a manifestar su imposibilidad de invertir la tendencia deficitaria en la que estaba incurriendo. Esa obligación no la tenían las empresas privadas que sólo se podían dedicar a las zonas geográficas que más rentables les resultaran.

Los esfuerzos que realizó durante los años 1994 y 1995, tales como cambiar su imagen (adquiriendo los colores actuales) y adoptar la denominación *Correo Argentino*, intentando desligar a la empresa del bajo prestigio que había cosechado durante los años anteriores (primero como ENCOTEL y después como ENCOTESA) e incluso el aumento de su presencia mediática, fueron en vano. Así las cosas, el correo oficial se deterioraba, mientras que los prestadores privados comenzaban a agrandarse y enriquecerse.

Sin embargo, la historia de ENCOTEL y el posterior proyecto de Ley de Correos para —a través de la concesión— ceder todos los servicios prestados por aquélla a un inversor privado merecen un capítulo aparte, que no encuentra lugar en este trabajo. Evitando, entonces, involucrarnos completamente en una investigación que mucho tiene de importancia política —y hasta policial—, pero poco aportaría al objeto del presente, nos limitaremos a señalar aquellos aspectos y acontecimientos que, a nuestro criterio, nos permitan seguir configurando la evolución del servicio postal en la Argentina.

Decíamos entonces, retomando la historia, que de algunos ámbitos políticos se comenzaron a manifestar los inconvenientes de seguir adelante con la empresa ENCOTESA en manos del Estado por razones, especialmente, de carácter económico. Tal es así que surgió en el Senado en el año 1994 el proyecto de ley anteriormente citado. Este proyecto consistía, básicamente, en la elaboración de una nueva Ley de Correos que contemplara la privatización, a través de concesión, de la empresa ENCOTESA. Esta concesión, de acuerdo al proyecto original, permitía la participación de capitales nacionales en su mayor parte y, solamente, reservaba para la participación extranjera un 30 por ciento del mercado a concesionar.

Estas y otras cuestiones no menores impulsaron al entonces ministro de Economía de la Nación, Domingo Cavallo, a realizar una serie de denuncias que tenían por centro de las sospechas al fallecido empresario postal Alfredo Yabrán, quien — según el ministro— se hubiera visto favorecido con la sanción de esta ley. Lo cierto es que transcurrieron un par de años con un clima enrarecido y controversias muy resonantes. La ley, una vez en la Cámara de Diputados, sufrió modificaciones pero finalmente no fue aprobada.

Sin embargo, en el año 1997 el Poder Ejecutivo Nacional, amparado bajo la Ley N° 23696,³⁸ dictó a través del Decreto N° 115 el nuevo marco normativo que regiría al sector postal, sorteando el ámbito parlamentario. Cuatro días antes (el 3 de febrero, a través del Decreto N° 80) se había creado la Comisión Nacional de Comunicaciones, en adelante CNC³⁹, que reemplazó a la CNCT.

De manera casi inmediata (el Decreto N° 115 fue publicado el 7 de febrero del año 1997), el 24 de marzo del mismo año, el Poder Ejecutivo Nacional dictó también el Decreto N° 265, el cual en su artículo primero dice:

Artículo 1°- Convócase a Licitación Pública Nacional e Internacional a los fines de otorgar la concesión de todos los servicios postales, monetarios y de telegrafía que hoy presta la EMPRESA NACIONAL DE CORREOS Y TELÉGRAFOS SOCIEDAD ANÓNIMA (ENCOTESA), los restantes que está obligada o facultada a realizar y todos aquellos que resulten afines con estos servicios en el marco jurídico vigente, incluyendo además la obligación de brindar el Servicio Postal Básico Universal de carta simple de hasta VEINTE (20) gramos, telegrama simple de hasta VEINTE (20) palabras y giro postal de hasta MIL PESOS (\$ 1.000) en todo el ámbito geográfico que en la actualidad cubre la misma.⁴⁰

A mediados del mismo año, se procedió a efectuar la licitación por 30 años, con opción a otros diez, de la concesión de todos los servicios postales, hasta ese momento, provistos por ENCOTESA. El adjudicatario además de realizar la mejor oferta económica debía reunir y respetar ciertas condiciones, a saber:

- Ser asistido por un operador técnico calificado que, a su vez, sea miembro del correo oficial de algunos de los países miembros de la UPU.

³⁸ Ley de Reforma del Estado.

³⁹ Actualmente en funcionamiento.

⁴⁰ República Argentina. Decreto N° 265/97, Buenos Aires: Boletín Oficial, 1997, p. 3.

- Los empleados deberán conservar su participación del 14% de las acciones del capital social de la sociedad concesionaria.
- Al término de la concesión restituir los inmuebles que sigan siendo propiedad del Estado Nacional.
- Cumplir con ciertas inversiones exigidas por el pliego con el fin de asegurar la incorporación de nuevas y avanzadas tecnologías.
- Reclamar cualquier tipo de subsidio o compensación del Tesoro Nacional por la prestación de servicios en localidades o regiones económicamente poco rentables.

Finalmente, fue la empresa CORREO ARGENTINO SA, constituida por empresas del Grupo Macri (ITRON SA, SIDECO AMERICANA) como socios mayoritarios y con la colaboración minoritaria del Banco de Galicia y Buenos Aires SA, más el asesoramiento técnico del Correo Británico, la que se adjudicó la concesión del Correo Argentino. CORREO ARGENTINO SA se comprometía a realizar en pagos semestrales por adelantado al Estado Nacional, en concepto de canon, importes equivalentes a cincuenta y un millones seiscientos mil pesos.

No obstante, tiempo más tarde, bajo la presidencia del Dr. Néstor Kirchner, en el año 2003 y a través del Decreto N° 1075, se dictó la rescisión del contrato de concesión “por culpa del Concesionario”, aludiendo —entre otras cosas— que se cumplió únicamente con los pagos correspondientes a los dos primeros semestres de la concesión (o sea el pago de un año). La empresa CORREO ARGENTINO SA, por su parte, realizó algunos reclamos pertinentes al contrato de concesión que fueron rechazados por el Poder Ejecutivo Nacional.

A través del mismo decreto de rescisión de contrato se creó una Unidad Administrativa, bajo la órbita de la Secretaría de Comunicaciones del Ministerio de Planificación Federal, Inversión Pública y Servicios, encargada de la administración y reorganización del correo dentro de los siguientes 180 días. Cumplido ese período el 17 de mayo de 2004, el ministro de Planificación Federal, Inversión Pública y Servicios debería proceder a llamar a Licitación Pública Nacional e Internacional para reprivatizar el servicio público postal.

El 14 de junio de 2004, el Boletín Oficial, a través de su número 30421, publicó el Decreto N° 721. Este decreto, tal como lo explica en su artículo primero, dispone la

constitución de la sociedad CORREO OFICIAL DE LA REPÚBLICA ARGENTINA SOCIEDAD ANÓNIMA (CORASA), en la órbita de la Secretaría de Comunicaciones del Ministerio de Planificación Federal, Inversión Pública y Servicios, hasta su privatización. En pocas palabras, el correo oficial pasó nuevamente a manos del Estado Nacional, ya que el 100% del capital de la sociedad creada pertenece al Estado Nacional, prorrogando por 180 días más el vencimiento del artículo 4° del Decreto N° 1075/03. Posteriormente, se sucedieron una serie de decretos que tuvieron por objetivo común seguir prorrogando el vencimiento de la fecha en que se debería llamar a Licitación Pública Nacional e Internacional para privatizar nuevamente el servicio público postal, situación que se mantiene hasta nuestros días.

V. HISTORIA DEL SERVICIO COURIER EN LA REPÚBLICA ARGENTINA

V.1. Introducción

Tal como hemos comprendido hasta ahora, el servicio courier es un servicio postal que, dadas sus características especiales, es distintivo frente al servicio postal conocido comúnmente. Tal es así que el usuario del mismo tiene necesidades específicas. Sin embargo, para que este servicio pudiera concretarse fue necesaria cierta adaptación que, hasta ese momento de la estructura normativa que regulaba el servicio postal, no se había dado.

No obstante, se puede observar cómo en el lapso de pocos años determinantes se fueron generando ajustes al respecto, que coincidieron con lo que estaba ocurriendo en el mundo. Como se menciona en el capítulo II.1., “*Origen y definición del servicio courier*”, fundamentalmente en su parte II.1.1.4., “*Década del ’80*”, se advertirá que los cambios que estaban sucediendo en la Argentina eran contemporáneos con los que a nivel mundial se estaban dando en un sentido similar.

V.2. Rápida adaptación de la estructura normativa

Como lo hemos mencionado en la introducción, para que el servicio courier tuviera lugar en el mercado argentino, era necesario que se dieran condiciones específicas, cuyo conocimiento nos hace recorrer nuevamente la historia, pero esta vez desde la perspectiva particular de la evolución de este servicio. Esas condiciones comenzaron a gestarse a partir de la desmonopolización del servicio postal, a finales de

la década del '70, cuando en el año 1979 se modificó el artículo 4° de la Ley de Correos (Ley N° 20216), a través de la Ley N° 22005, que indicaba que en determinadas situaciones la Administración de Correos podía encargar la ejecución del servicio postal a empresas privadas. Esta modificación fue sucedida por una serie de resoluciones dictadas en el ámbito de ENCOTEL, que fueron modificando paulatinamente la manera en que las empresas privadas podían ser autorizadas para la ejecución del servicio postal. Así, con las resoluciones N° 2261 y N° 1995, del año 1979 y 1980 respectivamente, se reglamentó esa autorización únicamente para el ámbito nacional y con clientes regulares o habituales. O sea, clientes que dependieran, por necesidad, del uso sistemático del servicio postal con una habitualidad que en ningún caso podía ser inferior a sesenta días.

Casi un año después, en agosto de 1981, por medio de la Resolución N° 1801, se permitió a las empresas autorizadas a prestar el servicio postal también a clientes no habituales. Aunque esta última modificación contempló únicamente los envíos que se realizaban a través de empresas comerciales de transporte aéreo de cabotaje, sin estar autorizadas por ello, en ningún caso, a organizar el retiro y/o la entrega de los envíos postales en los domicilios del remitente y destinatario respectivamente. Esta modificación surgió, de acuerdo a lo manifestado por la resolución, de la necesidad de atender una demanda en crecimiento de clientes no habituales que pretendían realizar envíos postales de emergencia o necesidad extrema y que, dada las características operativas que dicha demanda implicaba, ENCOTEL no podía brindar.

Posteriormente, en el año 1982, se determinó a través de la Resolución N° 338 publicada el 20 de abril, que: “Los permisionarios autorizados podrán también intervenir en el retiro, transporte y entrega en el orden nacional, de envíos del servicio *puerta a puerta* Internacional a cargo de ENCOTEL, desde los domicilios de los usuarios o desde las oficinas postales”,⁴¹ tal como lo indica el último párrafo del punto 1 del artículo segundo de la resolución.

Esto significa que, a partir de la resolución mencionada, las empresas autorizadas podían realizar la parte nacional de la operatoria de envíos internacionales. Pero seguía siendo potestad de ENCOTEL la operatoria internacional de esos envíos.

⁴¹ ENCOTEL (Buenos Aires), *Boletín de la Empresa Nacional de Correos y Telégrafos* N° 729, Buenos Aires: ENCOTEL, 1982, p. 1.

Vale decir que, hasta este punto, las permisionarias habían logrado participar en el mercado postal, únicamente en el ámbito nacional, independientemente de si los envíos que administraban tenían destino y/u origen nacional o internacional.

No habían transcurridos cuatro meses desde la última resolución cuando, a mediados de agosto de 1982, se publicó en el Boletín de ENCOTEL una nueva que introducía la posibilidad de que las empresas privadas realizaran envíos internacionales. Esta Resolución fue la número 1507, y expresa en el inciso 3, en sus apartados c) y d), de su artículo 2°:

Los permisionarios autorizados podrán intervenir en el Servicio Puerta a Puerta Internacional, para la admisión, transporte y entrega de envíos sujetos a monopolio postal, bajo las siguientes formas:
[...]

- c) En todos los casos en que ENCOTEL tenga habilitado el servicio oficial de puerta a puerta internacional, los permisionarios están obligados a su utilización.
- d) Para aquellos países en que ENCOTEL no ejecute el servicio, éste se permitirá a los terceros con carácter provisional, sujeto a la aprobación de las Administraciones postales de los países respectivos.⁴²

Claramente nos encontramos, al analizar esta resolución, con el comienzo del “servicio Puerta a Puerta Internacional” de mano de los operadores privados.

En noviembre de 1983, el miércoles 2 de ese mes para ser exactos, a través de la Resolución N° 2422, ENCOTEL estableció el *Reglamento de los Servicios Postales a Cargo de Terceros y de las Autorizaciones*. En realidad, dada la gran cantidad de resoluciones que se habían generado destinadas a regular las actividades de terceros autorizados para intervenir en el mercado postal, y la superposición que se había originado desde el dictado de otras resoluciones cuyo objetivo era la interpretación de las anteriores, se decidió unificar todas las normas en una sola resolución que contuviera toda la información necesaria al respecto. Es así, entonces, que se dictó la resolución mencionada al comienzo de este párrafo.

No obstante ello, y asumiendo esta norma como la concentradora de todas las modificaciones que hasta el momento se sucedieron, resaltaremos algunos aspectos interesantes de la misma:

⁴² ENCOTEL (Buenos Aires), *Boletín de la Empresa Nacional de Correos y Telégrafos N° 763*, Buenos Aires: ENCOTEL, 1982, p. 438.

- En parte de su artículo 3° (“De los servicios comprendidos”) indica que se considerarán servicios susceptibles de autorización, entre otros: “el que en el orden internacional se realice bajo el sistema Correo Acelerado Internacional, denominado ‘Puerta a Puerta Internacional’...”.⁴³ Así, se autoriza plenamente el servicio en el ámbito internacional, que se había establecido con la Resolución N° 1507, y detalla sus condiciones en los incisos siguientes.

- En el 5° artículo, en su primer inciso, indica que los plazos establecidos para las autorizaciones acordadas por ENCOTEL serán otorgadas por un mínimo de 5 años y un máximo de 10 sin carácter exclusivo.

- Bajo el artículo 10 (“De las Prohibiciones”), establece que las empresas autorizadas no pueden asociarse entre sí bajo ningún aspecto, ni colaborar entre sí con sus respectivas estructuras.

La Resolución N° 1507 del año 1982 y su incorporación en la unificación de normas mediante el *Reglamento* de Resolución N° 2422 fueron, sin dudas, un cambio importante para el servicio postal. Y este cambio, rápidamente, se vio profundizado por una nueva resolución publicada tres años después. Es así que, en enero de 1985 nos encontramos con la publicación en el Boletín de ENCOTEL (Boletín N° 1013) de la Resolución N° 2323 del año anterior (1984). En el primer párrafo del considerando de la misma, señala:

Que las empresas permisionarias para operar en el orden internacional persisten en expresar su disconformidad por las dificultades prácticas que les produce el procedimiento implementado a través del Artículo 2°, apartado 3), inciso c) del Reglamento dictado por la Resolución N° 1507 ENCOTEL/82, reproducido por el numeral 3.1.3.1. del ordenamiento reglamentario aprobado por la similar 2422 ENCOTEL/83, actualmente en vigencia, en cuanto determina la obligatoriedad de utilizar los servicios prestados por la ENCOTEL cuando existe convenio bilateral con determinada Administración Postal.⁴⁴

Ante esta disconformidad, y no viendo dificultades económicas o jurídicas que pudieran ser perjudiciales para el funcionamiento del servicio postal, ENCOTEL

⁴³ ENCOTEL (Buenos Aires), *Boletín de la Empresa Nacional de Correos y Telégrafos N° 890*, Buenos Aires: ENCOTEL, 1983, p. 807.

⁴⁴ ENCOTEL (Buenos Aires), *Boletín de la Empresa Nacional de Correos y Telégrafos N° 1013*, Buenos Aires: ENCOTEL, 1985, p. 2.

decidió dejar en suspenso lo establecido en la Resolución N° 1507, en el artículo 2°, apartado 3°, inciso c) del *Reglamento de los Servicios Postales a Cargo de Terceros y de las Autorizaciones*, por el espacio de noventa días, hasta tanto un grupo de trabajo especialmente conformado, se expidiera al respecto.

Pero fue en agosto de 1986 cuando, a través de la Resolución N° 1262, ENCOTEL determinó en su artículo 1°:

Artículo 1° - Imprimir carácter definitivo a la utilización de medios propios de encaminamiento por parte de las Empresas Permisiónarias en el orden internacional, para cursar los envíos que los usuarios les confíen con destino al exterior, o provenientes del exterior para su distribución en el país.⁴⁵

De este modo, se otorgó a las empresas permisionarias definitivamente la posibilidad de operar internacionalmente sin necesidad de acudir a ENCOTEL.

En el artículo 2° de la misma resolución, se especifica que las permisionarias que deseen operar en el orden internacional podrán elegir entre continuar bajo el sistema hasta ese momento dispuesto, hasta tanto sus autorizaciones expiren, o podrán elegir los nuevos términos establecidos en esta última resolución. También surgieron modificaciones respecto a las obligaciones fiscales que tendían las permisionarias de este nuevo sistema. Pero tales modificaciones, así como todas las especificaciones relacionadas a la renta postal serán consideradas especial y específicamente en el siguiente título.

Es interesante también destacar que en el mismo texto de la Resolución N° 1262, en su página 455, se detalla una lista de empresas que tentativamente ingresarían al sistema de permisionarias, entre las cuales citamos a: OCASA, Andreani, DHL y World Courier.

Pero, por si esto fuera poco como impulso para alentar a las empresas privadas en la actividad postal, en el Boletín Oficial N° 26.274 del 27 de noviembre de 1987, se publicó el Decreto N° 1842, que ya hemos mencionado en el apartado IV.3.4. “Consolidación de la apertura del mercado postal (década del ‘80)”, a través del cual el presidente de la Nación de ese entonces, Raúl Alfonsín, determinó la libre competencia privada en el ámbito de los servicios públicos.

⁴⁵ ENCOTEL (Buenos Aires), *Boletín de la Empresa Nacional de Correos y Telégrafos N° 1165*, Buenos Aires: ENCOTEL, 1986, p. 453.

El deterioro de las empresas estatales (sobre todo las que se encontraban en el ámbito del Ministerio de Obras y Servicios Públicos), la imposibilidad de satisfacer las crecientes demandas de la ciudadanía y un sistema obsoleto, según el contexto socio-económico que vivía el país en ese momento, de empresas sujetas al monopolio o cuasi monopolio estatal, fueron las razones de peso que promovieron la publicación de este decreto.

Naturalmente, este decreto promovió de aquí en adelante la participación de las empresas privadas en buena parte de las actividades que estaban en manos del Estado. Por este motivo, en septiembre del año 1988, se publicaron dos resoluciones que perseguían el objetivo de estimular la injerencia privada en el ámbito del servicio postal. Estas resoluciones fueron la N° 1241 y la N° 1422 del mismo año, las cuales establecieron el *Reglamento* de los servicios postales a cargo de terceros y de las autorizaciones, en el orden interno (la primera) y el internacional (la segunda).

Una variante que establecía la primera era la posibilidad de que las compañías aéreas, que hasta ese momento podían, dentro del ámbito interno, transportar envíos sujetos al monopolio estatal pero sin estar autorizadas a realizar el retiro del envío en el domicilio del remitente, ni la entrega en el domicilio del destinatario, realizaran las entregas en los domicilios correspondientes a cambio del pago de una tasa a ENCOTEL. Otro cambio importante, aunque originalmente fue dispuesto por una resolución anterior (Resolución N° 927 ENCOTEL/87), era que serían las Direcciones Generales de Correos y de Inspección General las encargadas de controlar la actividad de las permisionarias.

Por último, nos es menester detallar específicamente algunos aspectos de la Resolución N° 1422 ENCOTEL/88 referida al ámbito de aplicación internacional. Porque a través de esta norma se incorporó como Capítulo II del *Reglamento* (el Capítulo I es el referido al ámbito interno, Resolución N° 1241 ENCOTEL/88) a través de su anexo, las normas y condiciones particulares para el orden internacional. Tal es así que, en el artículo vigésimo “Del ámbito de aplicación”, inciso 1, define con bastante elocuencia el servicio que regula, al decir que:

El presente capítulo rige los servicios mencionados en el Artículo 1° que preste la PERMISIONARIA, desde territorio argentino para el exterior tanto en la admisión y transporte hasta los puertos o aeropuertos de salida situados en jurisdicción argentina, para su ulterior entrega en el exterior por sus agentes, sucursales propias, redes u organizaciones de distribución,

como a la entrega a los destinatarios del país de los envíos admitidos y transportados desde el exterior por medio de agentes, vinculados a la PERMISIONARIA en el exterior.⁴⁶

Vale decir que, para el año 1988, nos encontramos en términos generales ante una estructura normativa que regula al servicio postal internacional con las mismas condiciones que hoy en día siguen en vigencia.

V.2.1. Renta postal

Antes de continuar es necesario detenerse un momento para exponer cómo funcionaba la “renta postal”. La renta postal no era otra cosa más que la renta que las permisionarias privadas debían pagarle a ENCOTEL en concepto del servicio que brindaban.

Mientras las autorizaciones para intervenir en el mercado postal eran de carácter únicamente nacional, las empresas estaban sujetas a pagar por cada envío y de acuerdo con su peso, la tarifa correspondiente al franqueo ordinario de una carta del régimen interno. En el caso de que el envío superara los dos kilogramos de peso, se consideraba el excedente como un nuevo envío hasta completar dos kilogramos más y así sucesivamente, debiendo abonarse lo proporcional a dicho exceso.

Para el control por parte de la ENCOTEL de los envíos realizados por cada una de las permisionarias, éstas debían presentar cada mes un resumen que mostrara el detalle de los movimientos realizados y, en función del mismo, debían realizar el pago correspondiente. Lógicamente, también estaba previsto que, ante el sólo requerimiento del personal autorizado por ENCOTEL, las empresas debían permitir la fiscalización de su operatoria, de sus instrumentos contables, administrativos y demás documentación relacionada. Este mismo sistema de cálculo funcionó tanto para los clientes habituales como para los no habituales.

⁴⁶ ENCOTEL (Buenos Aires), *Boletín de la Empresa Nacional de Correos y Telégrafos N° 1296*, Buenos Aires: ENCOTEL, 1988, p. 491.

Cuando se incorporó la posibilidad de que las permisionarias pudieran realizar el servicio postal nacional de envíos que tenían por destino una localidad internacional (cubierta por ENCOTEL), las empresas debían abonar, además de lo ya descrito, las tasas correspondientes establecidas por ENCOTEL con las distintas administraciones extranjeras, según el caso.

Y a partir de la Resolución N° 1507, la renta postal se complejizó más aún, dado que las empresas desde ese momento podían ofrecer también el servicio Puerta a Puerta Internacional en aquellos destinos que no estuvieran cubiertos por ENCOTEL. Por lo tanto, además de lo descrito anteriormente, las empresas debían pagar, cuando el envío era de llegada, un importe similar al pagado por el servicio nacional. Ahora, cuando el envío internacional tenía por destino una localidad que no fuera servida por la red en la que se encontraba asociada ENCOTEL, la empresa debía abonar el correspondiente franqueo ordinario de un envío nacional, más la tasa de una carta ordinaria para el exterior, más una “tasa de verificación”, que consistía en el pago del equivalente a treinta portes (o sea treinta franqueos ordinarios) del primer rango de peso de una carta simple nacional. En el caso de que el envío se tratara de un envío de llegada, el importe a abonar por parte de la empresa a ENCOTEL era igual a esos últimos treinta portes mencionados, más el valor correspondiente a un envío ordinario del orden interno de acuerdo al detalle por peso explicado inicialmente.

Con la Resolución N° 2323 del año 1984, se realizaron agregados a los artículos referidos a la renta postal tanto de la Resolución N° 1507/82 como de la N° 2422/83. En ellas se especifica que en los casos en que las permisionarias realicen remisiones (envíos) por “otros medios a su elección”, ingresaban a la renta la tasa de un envío ordinario (o sea el franqueo ordinario de una carta del régimen interno según el peso), más la tasa de verificación equivalente a la tarifa del servicio Puerta a Puerta Internacional, deducido el costo de la distancia aeropostal. Del mismo modo, en el caso de envíos entrantes, se agregaba que los envíos que ingresaran por vía extrapostal (o sea, por fuera de la red de ENCOTEL), debían pagar las tasas establecidas para los de llegada del Servicio no integrado con ENCOTEL.

En el año 1986, desde la Resolución N° 1262, se determinó que las permisionarias debían abonar a ENCOTEL por sus respectivas autorizaciones una “patente o canon” mensual que estaba ligado a su producción mensual. Sin perjuicio

ello de que debían pagar también, por cada envío, la tarifa interna postal correspondiente a un envío de un kilogramo, tanto para los envíos de salida como para los de llegada. También se indicó que no podían cobrarse tarifas por servicios internacionales inferiores a los cobrados por ENCOTEL.

Desde la Resolución N° 1422 ENCOTEL/88, no varió en forma significativa el mecanismo de la renta postal. Básicamente, ésta constó de la “tasa postal” y del importe en concepto de “canon” para solventar (tal como se indica en el artículo 29, inciso 1) los gastos administrativos devenidos del sistema en sí, que si bien podían tener algunas modificaciones en las formas de calcularlos o en sus proporciones, seguían respetando el espíritu que hasta entonces venían teniendo.

Dos años después, se aplicó un régimen de bonificaciones progresivas a través de la Resolución N° 1167, que —según la misma norma— tenían por condición ser trasladadas íntegramente a los usuarios. Mientras que en el año 1991, a través de la Resolución N° 1175, se dejó sin efecto el canon que se aplicaba sobre los envíos internacionales de llegada exclusivamente. Con esta última resolución, tal como lo indica Antonio Sidero en su libro *El Negocio Postal*, se suprimió la tasa de ingreso que pagaban los couriers privados porque, como lo consideraba el por aquel entonces canciller Cavallo, era un impuesto que se le cobraba a los envíos internacionales de llegada a través del servicio courier en beneficio de los permisionarios del Correo Argentino.

Finalmente, en el año 1993 y bajo el Decreto N° 1187, tal como ya lo hemos visto en el capítulo anterior, se suprimió la tasa postal y las empresas privadas del mercado postal quedaron sujetas únicamente al pago de impuestos de la legislación tributaria general. Dada la importancia de este decreto es que a continuación haremos especial referencia al mismo.

V.2.2. Decreto N° 1187/93

El Decreto N° 1187/93, como lo hubiéramos anticipado en el capítulo anterior, es de enorme importancia dentro de nuestro estudio porque implicó, entre otras cosas, la supresión definitiva del monopolio estatal, pero sobre todo porque significó la apertura y competencia del mercado postal local e internacional. Las empresas privadas tuvieron por obligación, a partir del mismo, únicamente el pago de impuestos ordinarios, más el pago de derecho a inscripción al Registro, que era un monto fijo y anual. Contaron, además, con completa libertad para aplicar precios. Asimismo, se definió la actividad postal (definición que incluyó, según el mismo decreto, la actividad desarrollada por los couriers), y también determinó la creación del Registro Nacional de Prestadores de Servicios Postales, a cargo de la Comisión Nacional de Correos y Telégrafos.

El decreto, como se puede observar, estuvo claramente orientado a promover la proliferación de empresas privadas. Así fue, de hecho, que en este nuevo registro (el RNPSP) el número de empresas inscriptas entre el año 1993 y el año 1997 ascendió de 135 —al cierre del primer año mencionado— a 300 al finalizar el segundo año mencionado. Cabe aclarar que si bien no se puede dejar de reconocer que los operadores privados y el operador oficial compartían principios y normas comunes, existía una clara distinción entre el marco regulatorio que contenía a unos y al otro (recordemos que el operador oficial estaba y está obligado a cumplir con los servicios propios del Servicio Postal Básico Universal).

V.2.2.1. Análisis del decreto

Para una comprensión más minuciosa de mencionado decreto, transcribiremos a continuación las partes que, a nuestro criterio, son de mayor importancia, y modificaciones posteriores:

- Considerandos:

Se justifican en los siguientes cuatro párrafos la necesidad y los beneficios de la desmonopolización de los servicios públicos, así como el incremento de prestadores y variedad de servicios en el mercado postal argentino, y el incremento consecuente de fuentes de trabajo.

Que ya el Decreto N° 1.842/87 había establecido un régimen de desmonopolización de los servicios públicos prestados por las empresas estatales, manifestando en sus considerandos que el mantenimiento de monopolios estatales en el área de los servicios y bienes destinados al público ha perdido todo sustento fáctico, puesto que obra en detrimento del bienestar público y del desarrollo económico, tecnológico y social de la Nación.

Que este inicio de apertura en el mercado de actividades postales permitió que se desarrollara una amplia actividad privada con variedad de prestadores y servicios, contribuyendo positivamente a la mejora de los servicios postales en general.

Que esa medida permitió el establecimiento de empresas privadas tanto de capitales privados como extranjeros, con una considerable mejora de los servicios de correos y con el desarrollo de modalidades que eran desconocidas hasta ese momento en el mercado argentino.

Que las modificaciones introducidas en cuanto a la desmonopolización de los servicios permitieron, asimismo, la apertura de nuevas fuentes de trabajo,⁴⁷

Más adelante establece, respecto a las obligaciones tributarias de los prestadores, las ventajas de modificar la estructura.

Que la supresión del cobro de la tasa postal, dada la desregulación y desmonopolización de la actividad, reduce en un alto grado la presión tributaria que se ejercía sobre los prestadores privados, bajando los costos de los mismos y permitiéndoles volcar mayores recursos a la tecnificación y modernización de sus servicios [...]

Que no parece lógico que las empresas prestatarias de servicios postales tengan distintas obligaciones tributarias que las existentes para otras actividades económicas y que surgen de la legislación tributaria general.⁴⁸

⁴⁷ República Argentina. Decreto N°1187/93, *op. cit.*, p. 1.

Y los párrafos siguientes dicen:

Que los servicios postales tienen un alto grado de incidencia en los costos operativos de las empresas y en la formación de precios, por lo que resultan evidentes las ventajas de una reducción de costos en esos rubros.

Que la libertad tarifaria y de las modalidades de los servicios postales complementadas con una real desmonopolización y efectiva competencia, permitirá a los prestatarios de esos servicios brindar alternativas de modalidades y costos que anteriormente no podían ofrecer, y a los clientes la elección del prestador que mejores condiciones les brinde.⁴⁹

A través de ellos, se justifica la desmonopolización y apertura del mercado que se traducirían —según los considerandos— en reducción de tarifas y mayor y mejor oferta de servicios.

Y en el siguiente párrafo encontraremos las razones para la creación del RNPS.

Que a los fines del control de los servicios de los prestadores y para su correcta identificación es conveniente la instrumentación de un Registro Nacional de Prestadores de Servicios Postales, el que no debe constituirse en una barrera al ingreso de empresas, sino que debe ser el instrumento idóneo para que el Estado, a través de la COMISIÓN NACIONAL DE CORREOS Y TELÉGRAFOS [posteriormente fusionada en la Comisión Nacional de Comunicaciones], ejerza la policía de la actividad.⁵⁰

Es el turno ahora de la transcripción y análisis de los artículos más relevantes del mismo decreto, los cuales materializan lo anticipado por los considerandos.

- Artículos 1º, 2º y 3º:

Los primeros tres artículos suprimen el monopolio estatal, realizan la apertura del mercado, liberan el acuerdo de precios y servicios, y suprimen el tributo especial que pagaban las prestadoras dándole lugar a la participación a cuanta empresa cuente con las características requeridas para ofrecer los servicios postales, ya que no se encontraron, a partir de esta reglamentación, limitadas por restricciones de tipo operativas o tributarias.

⁴⁸ *Íbid.*, p. 2.

⁴⁹ *Íbid.*, p. 2.

⁵⁰ *Íbid.*, p. 2

Artículo 1°- Suprímese el monopolio estatal. El mercado postal local e internacional será abierto y competitivo.

Art. 2°- Las empresas que operen en el mercado postal local e internacional están sujetas al pago de los impuestos establecidos por la legislación tributaria general. Suprímese la tasa postal establecida en el Artículo 4° de la Ley N° 20.216, modificada por el Artículo 1° de la Ley N° 22.005.

Art. 3°- Las empresas que operen en el mercado postal local e internacional podrán fijar con total libertad la dotación de personal, los equipos, medios de transporte locales que requieran para su actividad, quedando los mismos únicamente regulados por las normas de carácter general que en cada caso corresponda aplicar.

Los precios y servicios del mercado postal local e internacional se pactarán libremente entre las partes, sin intervención de la autoridad pública...⁵¹

A este decreto se le realizaron unos meses después ciertas modificaciones a través del Decreto N° 2247/93, entre las cuales la más importante afectó el artículo tercero, párrafo tercero, del decreto original, que estipulaba:

En todo el territorio de la REPÚBLICA ARGENTINA la EMPRESA NACIONAL DE CORREOS Y TELÉGRAFOS SOCIEDAD ANÓNIMA (ENCOTESA) prestará sin exclusividad y en forma obligatoria el servicio postal universal de correspondencia simple interprovincial, de un peso de hasta VEINTE [20] gramos por unidad a un precio no superior a UN PESO [\$ 1].⁵²

El nuevo decreto, en cambio, agregó al precedente párrafo, uno similar indicando que:

En aquellas localidades o regiones del país para cuya prestación la EMPRESA NACIONAL DE CORREOS Y TELÉGRAFOS SOCIEDAD ANÓNIMA (ENCOTESA) solicite una compensación del Tesoro Nacional, se licitará en oferta pública tal prestación entre la EMPRESA NACIONAL DE CORREOS Y TELÉGRAFOS SOCIEDAD ANÓNIMA (ENCOTESA) y las demás empresas inscriptas en el Registro creado por el artículo 10 del presente Decreto, que prestando también el servicio postal universal en todas sus oficinas, garanticen la prestación de ese servicio postal en y para dichas localidades o regiones.⁵³

- Artículos 4° y 6°:

El artículo cuarto, como ya lo hubiéramos mencionado, define la actividad, en la cual incluye al servicio courier, mientras que el 6° incluye la posibilidad que tienen las empresas que realizan actividad postal de derivar sus encomiendas internacionales

⁵¹ *Íbid.*, p. 3.

⁵² *Íbid.*, p. 3.

⁵³ República Argentina. Decreto N° 2247/93, Buenos Aires: Boletín Oficial, 1993, p. 2.

directamente a depósitos fiscales especialmente habilitados sin necesidad de tener que pasar antes por los depósitos jurisdiccionales aeroportuarios.⁵⁴

Art. 4°- Defínese a los fines de este decreto como actividad del mercado postal, a las actividades que se desarrollen para la admisión, clasificación, transporte, distribución y entrega de correspondencia, cartas, postales impresos, encomiendas de hasta CINCUENTA (50) kilogramos, que se realicen dentro de la REPÚBLICA ARGENTINA y desde o hacia el exterior. Esta definición incluye la actividad desarrollada por los llamados “courriers” [el destacado es del decreto] y toda otra actividad asimilada o asimilable.
[...]

Art. 6°-Toda empresa que realice actividad postal, dentro de la REPÚBLICA ARGENTINA y desde y/o hacia el exterior, incluyendo las que tengan actividad de “courriers” [el destacado es del decreto], podrán derivar sus encomiendas y/o envíos directamente y sin necesidad de paso por los depósitos de la jurisdicciones aeroportuarias (sic), a depósitos fiscales habilitados por la ADMINISTRACIÓN NACIONAL DE ADUANAS fuera de la jurisdicción de los aeropuertos.⁵⁵

-Artículos 10° y 11°:

Habíamos adelantado también que a través de este decreto se dio el puntapié inicial para la creación del RNPS, que fue el organismo encargado de regular y controlar el funcionamiento de las distintas empresas que desarrollaran actividad postal, dependiendo de la CNCT (actual CNC). Y es así como claramente lo indican los artículos siguientes del capítulo II del decreto, referidos justamente al RNPS.

Art. 10°: Créase el Registro Nacional de Prestadores de Servicios Postales, el que estará a cargo de la COMISIÓN NACIONAL DE CORREOS Y TELÉGRAFOS
[...]

Toda persona de existencia ideal que desee transportar y/o entregar correspondencia de terceros [...] deberá inscribirse en el Registro Nacional de Prestadores de Servicios Postales.

Art. 11°: Son condiciones para inscribirse y para mantener la inscripción en el registro como prestadores de Servicios Postales [por razones de practicidad incluiremos únicamente las de nuestro interés]:
[...]

b) Acreditar la inscripción como contribuyente de los impuestos nacionales con la Clave Única de Identificación Tributaria
[...]

d) Indicar las condiciones y calidad del servicio postal que prestará a sus clientes.
[...]

⁵⁴ Mi experiencia me indica que DHL hizo uso de esta posibilidad durante un período considerable teniendo el depósito fiscal dentro de su planta del barrio de Mataderos hasta que, por razones operativas, cambió la situación y llevó esa parte del proceso al Aeropuerto de Ezeiza.

⁵⁵ República Argentina. Decreto 1187/93, *op. cit.*, p. 4.

f) Acreditar el pago del derecho a inscripción al Registro que se fija en CINCO MIL PESOS (\$5.000) anuales, los que ingresarán al TESORO NACIONAL en concepto de “renta postal” [el destacado es del Decreto].⁵⁶

- Artículos 16° y 17°:

Finalmente, otro capítulo de importancia para considerar en el presente trabajo sobre el Decreto N° 1187/93 es el tercero, relacionado con la publicidad del servicio y la responsabilidad frente al cliente.

Art. 16°- Los Prestadores de Servicios Postales privados estarán sujetos al cumplimiento de lo dispuesto en el Artículo 6° de la Ley 20.216 [respecto a la inviolabilidad de los envíos postales] y en ningún caso podrán prestar al cliente un servicio inferior al descripto en su solicitud de inscripción.

La EMPRESA NACIONAL DE CORREOS Y TELÉGRAFOS SOCIEDAD ANÓNIMA (ENCOTESA)⁵⁷ y los Prestadores de Servicios Postales Privados, en materia de responsabilidad, estarán exclusivamente sujetos a lo dispuesto en la Ley N° 20.216, salvo que medie pacto expreso con el cliente que amplíe dicha responsabilidad.

Es obligación del Prestador de Servicios Postales informar al cliente por escrito sobre la calidad del servicio que se compromete a prestar.

En ningún caso el Estado Nacional será responsable por las obligaciones que deje de cumplir el Prestador de Servicios Postales.

La falta de cumplimiento respecto de uno o varios clientes de las condiciones de calidad y servicio postal indicados en el momento de su inscripción, o posteriormente, o el pactado, acarreará la aplicación de las siguientes sanciones que graduará la COMISIÓN NACIONAL DE CORREOS Y TELÉGRAFOS:

- a) Suspensión de las actividades de TRES (3) días a SESENTA (60) días.
- b) Multa de entre MIL PESOS (\$1.000.-) VEINTE MIL PESOS (\$20.000.-)
- c) Exclusión del registro: lo que implicará la inhabilitación por el plazo de CINCO (5) años para inscribirse como prestador de servicios postales.

La sanción del inciso b) podrá ser aplicada en conjunto con las de los incisos a) y c)

Art. 17°- La COMISIÓN NACIONAL DE CORREOS Y TELÉGRAFOS será la autoridad encargada de ejercitar la función de Policía en materia postal y telegráfica, con el objeto de proteger los derechos del consumidor, la vigencia de una efectiva competencia y las normas de lealtad comercial.

Recibirá las denuncias que realicen los clientes, las investigará y resolverá sobre la aplicación de las sanciones que correspondieran.⁵⁸

⁵⁶ *Íbid.*, p. 5.

⁵⁷ Anteriormente ENCOTEL y, posteriormente, Correo Argentino SA y Correo Oficial de la República Argentina SA, en ese orden.

⁵⁸ República Argentina. Decreto N° 1187/93, *op. cit.*, p. 6 y 7.

V.2.2.2. Decreto 115/97 y sus modificaciones sobre el Decreto 1187/93

En el año 1996 se fusionó en la Comisión Nacional de Comunicaciones (CNC) la Comisión Nacional de Telecomunicaciones, la Comisión Nacional de Correos y Telégrafos y el Comité Federal de Radiodifusión. La CNC es, actualmente, el órgano de control y responde a la Secretaría de Comunicaciones de la Nación (órgano de regulación) que, a su vez, se encuentra dentro de la órbita del Ministerio de Planificación Federal, Inversión Pública y Servicios.

Y fue hasta el año 1997 que el marco regulatorio del mercado postal se mantuvo, cuando bajo la gestión de la mencionada CNC, se dictó el Decreto N° 115/97, que reunió las regulaciones dispersas existentes hasta ese momento. Esto tenía por propósito, dado el permanente incremento de prestadores del servicio postal, brindar mayor seguridad jurídica al mercado, sin limitar la apertura del mismo, a través del mayor control que se operaba sobre las empresas y sobre los servicios que ofrecían.

La protección de los consumidores, la promoción del crecimiento económico, el acceso ilimitado al mercado y el tratamiento nacional a los servicios couriers forman parte del Considerando de esta nueva norma, que como trajo consigo algunas modificaciones de interés sobre el marco regulatorio del servicio postal, examinaremos por lo menos aquellas que son pertinentes a nuestro respecto.

El primer artículo del decreto lista todas las normas que se han ido promulgando a través del tiempo y que rigen el servicio y la actividad postal. Mencionaremos, a través de la transcripción del artículo mismo, sólo aquellos pasajes que, a nuestro criterio, tienen interés de ser remarcados.

Artículo 1°.- Establécese que la prestación de los servicios postales así como el desarrollo de la actividad postal, se regirá por las siguientes disposiciones:

- a) Ley de Correos N° 20.216, modificada por sus similares Nros. 21.138, 22.005 y 23.066, y sus reglamentaciones, con los alcances establecidos por el artículo 7° del Decreto 1187/93;
- b) Ley N° 24.425 aprobatoria del Acuerdo General sobre Comercio de Servicios de la ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL COMERCIO;
[...]

- d) Decreto N° 1187/93, con las modificaciones efectuadas por Decreto N° 2247/93 a los artículos 3° y 8°, y por el presente a los artículos 8, 10, 11, 16, 17 y 18;...⁵⁹

Después de haber consolidado en un solo artículo toda la normativa que regía la actividad postal y que, por tanto, nos es útil como repaso introductorio para el capítulo siguiente, vemos a continuación la modificación que se ejerció sobre el inciso d) del artículo 11 del Decreto N° 1187/93, analizado algunos párrafos más arriba, a través de la cual se amplió el requerimiento de condiciones a ser descriptas por los prestadores a la hora de solicitar sus licencias para desarrollar la actividad:

Art. 5°.- Sustitúyese el inciso d) del artículo 11 del Decreto N° 1187/93, por el siguiente:

“d) Indicar el ámbito geográfico en que se desarrollará su actividad, las condiciones y calidad del servicio postal que prestará a sus clientes, y los medios de que se valdrá para ello”.⁶⁰

El artículo 7° sustituyó el último párrafo del artículo 11 del Decreto 1187/93, que decía: “El incumplimiento de las obligaciones fiscales, sociales y previsionales será causal de baja del Registro Nacional de Prestadores de Servicios Postales”⁶¹, por este otro que acota temporalmente la responsabilidad de mostrar el cumplimiento de las obligaciones impositivas, previsionales y sociales a tres meses,

“Será sancionado con la baja del Registro Nacional de Prestadores de Servicios Postales, el prestador que no acredite trimestralmente, previa intimación fehaciente por el término de DIEZ (10) días, el cumplimiento de sus obligaciones impositivas, previsionales y sociales, así como los requisitos exigidos por el inciso d) del presente artículo.”⁶²

El artículo 8° realizó modificaciones en el artículo 16° del Decreto N° 1187/93. Poco más arriba se señaló que los prestadores que incumplieran con sus obligaciones y/o responsabilidades se verían sujetos a las siguientes sanciones: suspensión de las actividades, multa y/o exclusión del registro (o una combinación de ellas). Con el nuevo decreto se incorporó en primer lugar el apercibimiento y además se sustituyó la multa que podía ir desde mil hasta veinte mil pesos por un nuevo rango, que va desde

⁵⁹ República Argentina. Decreto N° 115/97, Buenos Aires: Boletín Oficial, 1997, p. 3 y 4.

⁶⁰ *Ibid.*, p. 4.

⁶¹ República Argentina. Decreto N° 1187/93, *op. cit.*, p. 5.

⁶² República Argentina. Decreto N° 115/97, *op. cit.*, p. 5.

los quinientos hasta los veinte mil pesos, relajándose, en suma, las sanciones en este sentido.

Por último, el artículo 9° agregó a las funciones de la CNCT (ahora CNC) detalladas en el artículo 17° del Decreto N° 1187/93 el siguiente párrafo: “Asimismo, verificará la correspondencia entre los medios denunciados por el prestador, el área de cobertura, la calidad y las condiciones de servicios ofrecidas a sus clientes”.⁶³

⁶³ *Íbid.*, p. 5.

VI. MARCO REGULATORIO DEL SERVICIO COURIER ANTES DEL AÑO 2005 EN LA ARGENTINA

VI.1. Introducción

Sabemos entonces, hasta aquí, que a partir del Decreto N° 1187/93, en su artículo cuarto, se definió la actividad postal, dentro de la cual se incluyó la actividad desarrollada por los llamados "...courriers, o empresas de courriers y toda otra actividad asimilada o asimilable" (sic).⁶⁴ Y fue a través del mismo decreto que se creó el Registro Nacional de Prestadores de Servicios Postales, ante el cual debían estar registrados cada uno de los permisionarios para poder operar. Este Registro se encontraba bajo la órbita de la CNC (ex CNCT), que fue el organismo encargado de controlar el sector postal.

Sabemos también, por otra parte, que el servicio courier contaba, entre sus características primordiales, con la posibilidad de ofrecer un servicio puerta a puerta (según lo hubiéramos definido oportunamente) veloz y confiable, que inicialmente se desarrollaba dentro de los límites de un estado (originalmente de Estados Unidos) y posteriormente trascendió las fronteras para convertirse en un servicio internacional. Hemos contado también cómo en la Argentina, mientras existió el monopolio estatal sobre el mercado postal, servicios del tipo courier fueron ganando espacio propio paulatinamente hasta que el mencionado monopolio fue suprimido totalmente, momento en el cual los distintos servicios postales tuvieron libertad de intervención tanto local como internacional.

Al mismo tiempo, no está de más recordar que se entiende por servicio internacional aquel por el cual algunos de sus tramos (en su recorrido) se desarrolla fuera del territorio nacional, tal como se especifica en la Resolución N° 1409/2002 de la CNC, tanto en el párrafo segundo de su *Considerando*, como en su artículo primero. Cabe agregar, entonces, que si hablamos de envíos que trascienden las fronteras

⁶⁴ República Argentina. Decreto N° 1187/93, *op. cit.*, p. 4.

nacionales, hablamos de envíos que están sujetos a las normas de regulación aduanera correspondientes a cada uno de los estados de los que egresan e ingresan.

VI.2. Código Aduanero y DGA

Deducimos entonces que si la intervención aduanera forma parte del proceso postal internacional, es ineludible la consideración de las normas que regulan la actividad aduanera. Por tanto, nos es menester mencionar en esta etapa de nuestro trabajo —y en primer lugar— como fuente el Código Aduanero (en adelante CA) como cuerpo de normas de derecho público que regulan en forma sistemática la materia aduanera. El mismo se basa en el texto de la Ley N° 22.415, publicado en el Boletín Oficial del 23/03/81, aunque lógicamente ha sido modificado por distintas normas que se mencionarán oportunamente.

Naturalmente existen, en citado código, algunos conceptos cuyo dominio facilitaría la interpretación del presente trabajo, pero que implicaría una digresión importante. Para simplificar la tarea del lector, en todo caso, se advertirá sobre su relevancia y la mención sí de aquellos conceptos que bajo nuestra consideración sean esenciales para la comprensión.

De manera que, después de que realicemos una introducción sobre los conceptos básicos y útiles relativos al comercio exterior, continuaremos estudiando aquellos aspectos cuya importancia, en la red normativa, nos permita entender rápida y sencillamente cuál es el marco legal que lo regula.

Pero nos es prioritario, por un criterio que tiene que ver exclusivamente con el buen orden del desarrollo del presente trabajo, referirnos primero a la autoridad encargada de velar por la correcta aplicación del CA y demás normas concernientes a la importación y/o exportación de mercaderías, como también el control del tráfico de los bienes que entran y salen del territorio aduanero. Dicha autoridad es la Dirección

General de Aduanas (que en adelante llamaremos DGA), que integra la Administración Federal de Ingresos Públicos, más conocida como AFIP.⁶⁵

Cabe, en este punto, hacer un paréntesis para explicar algunos hechos que son de relevancia a la hora del uso del nombre de las instituciones, puesto que el desconocimiento de los mismos nos podría hacer incurrir en confusiones.

La Administración Federal de Ingresos Públicos es la institución responsable de la ejecución de las políticas tributarias, aduaneras y de recaudación de los recursos de la seguridad social, dependiente del Poder Ejecutivo Nacional. Ahora bien, la AFIP surgió como consecuencia de un decreto (el N° 1156/96 del 14 de octubre de 1996 y publicado en el Boletín Oficial dos días después) que, bajo el marco del proceso de la Reforma del Estado comenzado en el año 1989 y del que hemos hablado antes, fusionó bajo ese nombre la Administración Nacional de Aduanas (ANA) y la Dirección General Impositiva (más conocida como DGI).

La AFIP funcionó, a partir de entonces, bajo la órbita del —en aquellos tiempos— llamado Ministerio de Economía y Obras y Servicios Públicos.⁶⁶ Y a partir del Decreto N° 618/97 emitido poco después, se distinguieron las Direcciones Generales que dependían de ella bajo las siglas DGA (Dirección General de Aduanas) y DGI (Dirección General Impositiva).⁶⁷

⁶⁵ Argentina. Ministerio de Economía y Finanzas Públicas. AFIP. *Información general. Acerca de la Aduana* [en línea]. [Buenos Aires: Aduana] <http://www.afip.gov.ar/aduana/>. [Fecha de consulta: 21 de noviembre de 2008].

⁶⁶ Actualmente se llama Ministerio de Economía y Finanzas Públicas.

⁶⁷ Existe una tercera Dirección bajo la órbita de la AFIP, llamada Dirección General de los Recursos de la Seguridad Social, cuya incorporación, evidentemente, ha sido posterior pero no nos hemos detenido en su investigación ya que no es relevante para el trabajo.

VI.3. Algunos conceptos

Concluida esa aclaración, desarrollaremos en el presente apartado cómo funciona la reglamentación general que determina la actividad del servicio o régimen courier. Y es en tal sentido, entonces, que abordamos el presente título con la introducción de una de las leyes vertebrales sobre la que estriba este edificio normativo: el Código Aduanero.

En palabras de José M. Moreno, “el comercio internacional argentino [...] está regido por el Código Aduanero sancionado por Ley N° 22.415 del día 2 de marzo de 1981 y su *Reglamentación* [destacado del autor] contenida en el Decreto que lleva el N° 1001/82 del 21 de agosto de 1982.”⁶⁸ Al respecto, el autor explica que:

El Código Aduanero constituye un cuerpo de normas de derecho público que regulan en forma sistemática la materia aduanera y determinan el régimen al que deben someterse quienes realicen operaciones o presten servicios directa o indirectamente vinculados con el comercio exterior de importación o exportación.⁶⁹

Por lo tanto, fijemos la atención en las definiciones que establece el CA sobre el servicio. En el capítulo 2, define a las importaciones y exportaciones como la introducción de cualquier mercadería a un territorio aduanero, y la extracción de cualquier mercadería de un territorio aduanero, respectivamente. Asimismo, en el capítulo siguiente indica que mercaderías y servicios son todo objeto que fuere susceptible de ser importado o exportado.⁷⁰ Finalmente, en otra de sus partes señala que territorio aduanero es la parte del ámbito mencionado en el artículo 1°,⁷¹ en la que se

⁶⁸ Moreno, José María, *MANUAL DEL EXPORTADOR. Teoría y práctica exportadora*, 4ª ed. actualizada, Buenos Aires: Macchi, 1996, p. 149.

⁶⁹ *Ibid.*, p. 149.

⁷⁰ Cabe aclarar que la denominación “*mercaderías y servicios*” así como el texto del artículo 10 de donde obtenemos los conceptos, son según Ley N° 25.063/98, Buenos Aires: Boletín Oficial, 1998.

⁷¹ Art.1: “Las disposiciones de este Código rigen en todo el ámbito terrestre, acuático y aéreo sometido a la soberanía de la Nación Argentina, así como también en los enclaves constituidos a su favor”. República Argentina. Poder Ejecutivo de la Nación. Ley N° 22.415/81: “Código Aduanero”, 1ª ed.,

aplica un mismo sistema arancelario y de prohibiciones de carácter económico a las importaciones y a las exportaciones.

Por consiguiente, sabemos hasta aquí que la DGA (dirección que pertenece a la órbita de la AFIP) es la institución encargada de controlar la importación y exportación de mercaderías y servicios, y cumple esa labor a través de un instrumento llamado Código Aduanero, que es también el que los define. Agregaremos ahora que el CA contempla a su vez, en su Sección 6 correspondiente a *Regímenes especiales*, el *Régimen de envíos postales* (Capítulo 8), cuyos artículos más importantes, para nuestro estudio, son los siguientes:

550. Constituye envíos postales, a los fines aduaneros, los efectuados con intervención de las administraciones de correos del país remitente y del país receptor
[...]

552. La vía postal podrá ser utilizada para la importación o la exportación de mercadería, tuvieren o no finalidad comercial.

553. Los envíos postales con fines comerciales están sujetos a las normas generales de la legislación aduanera relativas a la importación y a la exportación de mercadería.

554. Serán consideradas importaciones o exportaciones sin finalidad comercial aquellas que tuvieren carácter ocasional y en las que, por la cantidad, calidad, variedad y valor de la mercadería, pudiere presumirse que son para uso o consumo personal del destinatario o de su familia.

[...]

557. La reglamentación podrá establecer formalidades especiales para solicitar el libramiento de la mercadería que constituyese envíos postales sin finalidad comercial.

[...]

559. El servicio aduanero establecerá un régimen de despacho para los envíos postales, que asegure el ágil libramiento de los mismos.⁷²

Se desprende de estos artículos que bajo la modalidad de envíos postales se pueden realizar importaciones o exportaciones de mercadería que tuvieren o no finalidad comercial. Cabe entonces hacer una aclaración que nos permitirá continuar con mayor claridad. El servicio courier transporta mercadería, pero también transporta documentación. El transporte de documentación no tiene intervención aduanera (excepto que vaya acompañada, claro, de mercadería) más allá de la necesaria para realizar acciones de control y seguridad, de manera que no será sujeto de nuestro

compilado por Marianela Chirinian, Buenos Aires: Zavalía, 2009, p. 7. Todas las referencias se harán siguiendo esta edición.

⁷² *Ibid.*, p. 154 y 155.

análisis porque las modificaciones en la estructura normativa que más adelante analizaremos tienen que ver con aquellos envíos que sí tienen intervención aduanera. Por esta razón, de aquí en adelante, solamente estaremos considerando la mercadería como objeto de estudio.

Ahora bien, tal como lo indica la AFIP⁷³, los envíos una vez que han sido distinguidos entre importaciones y exportaciones tendrán tratamientos distintos según el régimen que se les aplique. Es así entonces que pueden ser procesados por dos regímenes, el *de Envíos Postales* y el *de Courier*.

Ambos regímenes comparten legislación (podemos aventurarnos a decir que el servicio courier es como una *especialidad* del servicio postal ordinario) como lo hemos visto en el capítulo anterior, pero también cuentan con particularidades que los diferencian entre sí. A nosotros, naturalmente, nos interesa analizar las particularidades del segundo. Sin embargo, siempre con el ánimo de contribuir al mejor entendimiento posible en la materia, haremos referencia a los aspectos principales del *Régimen de Envíos Postales*.

VI.4. Régimen de envíos postales

Hemos visto anteriormente cuáles son las características generales que constituyen, según el CA, los envíos postales. Agregaremos ahora que también puede considerarse dentro del *Régimen de Envíos Postales* el intercambio de encomiendas postales, las cuales se caracterizan por no exceder —según disposición de la Unión Postal Universal— los veinte kilogramos de peso.

⁷³ Argentina. Ministerio de Economía y Finanzas Públicas. AFIP. *Usuarios. Régimen de Envíos Postales y Régimen de Courier* [en línea]. [Buenos Aires: Aduana] <<http://www.afip.gov.ar/aduana/envios.asp>>. [Fecha de consulta: 19 de abril de 2009].

Adentrándonos en cuestiones directamente relacionadas con los envíos propiamente dichos, podemos distinguir entre envíos postales de importación y envíos postales de exportación.

En lo que respecta a importaciones de envíos postales, nos encontramos con tres tipos:

- las encomiendas particulares, que están exentas del pago de tributos siempre y cuando sus valores no excedan los 25 dólares norteamericanos y se trate solamente de un envío por año y por persona. Aquellas cuyo valor se encuentre entre 25 y 999 dólares norteamericanos, se verán afectadas por un tributo único del 50% sobre el excedente del valor. Finalmente, las que superen los 999 dólares norteamericanos serán tratadas como envíos comerciales, aplicándoseles el *Régimen General*.

- Existen, por otra parte, las encomiendas comerciales, que están sujetas a las normas generales de legislación aduanera relativas a la importación.

- Y los envíos postales puerta a puerta por correo estatal, que son entregados en el domicilio del destinatario a través de un servicio rápido que se realiza vía aérea. Estos envíos tendrán un tratamiento tributario igual al de encomiendas particulares, pero cuando sus valores no superen los 25 dólares estadounidenses para el primer caso; en el segundo caso, cuando se encuentren entre 25 y 3.000 dólares estadounidenses; y cuando superen este último importe, tendrán el mismo tratamiento que el tercer y último caso de encomiendas particulares.

En lo que a exportaciones se refiere, existen:

- Envíos sin finalidad comercial, que pueden efectuarse una sola vez por mes y por persona, siempre que el valor de los mismos no supere los 10.000 dólares estadounidenses.

- Envíos con finalidad comercial, que estarán sujetos a las normas generales de exportación.

- Y envíos de libros y/o revistas impresas y editadas en el país, que pueden realizarse por un valor de 200 dólares estadounidenses mensuales, en paquetes que no excedan ni los 20 kilogramos de peso, ni los 5 ejemplares, si se trata de una obra completa.

VI.5. Régimen courier

La actividad del servicio courier, como se desprende del desarrollo anterior, está contenida en el capítulo 8 de la sección 6, bajo el nombre de *Régimen postal*, y a través del Decreto N° 1187/93 emitido por el Poder Ejecutivo Nacional. Recordemos que este decreto permitió la supresión del monopolio estatal, así como dispuso la apertura del mercado postal local e internacional y creó el Registro Nacional de Prestadores de Servicios Postales administrados por la Comisión Nacional de Comunicaciones. Por su parte, la ANA dictó la Resolución N° 2436 del año 1996, cuya descripción general es la aprobación de normas relativas a la importación y exportación de mercaderías por parte de los servicios couriers. Existieron, es cierto, dos resoluciones (Res. N° 133/91 y N° 249/92) también relativas a la importación y exportación de mercaderías por parte de las empresas Prestadoras de Servicios Postales/Courier. Sin embargo, estas resoluciones, por ser anteriores al Decreto N° 1187/93, fueron derogadas en el artículo 4° de la Resolución N° 2436/96, por lo que no son de nuestro interés.

Nos detendremos ahora en la Resolución N° 2436/96. Primero es necesario decir que dicha resolución sufrió modificaciones con el paso del tiempo. Nosotros, por razones de comodidad y prolijidad, trabajaremos sobre la versión actualizada y aquellas modificaciones que consideremos de importancia para el espíritu de nuestro trabajo, las trataremos especialmente.

Introduciéndonos directamente en la resolución, la misma, en su anexo II “A”,⁷⁴ cuyo título es *Disposiciones Normativas*, en sus distintos apartados determina con especificidad las características del régimen courier. En el primer apartado, *Actividad Postal*, tal como su nombre lo indica, define a ésta. Transcribimos dicha definición textualmente:

1- Es la actividad que se desarrolla para la admisión, clasificación, transporte, distribución y entrega de correspondencia, cartas, postales, encomiendas de hasta cincuenta (50) kilogramos desde o hacia el exterior, incluyendo esta definición la actividad desarrollada por los couriers (sic).⁷⁵

⁷⁴ El ANEXO II fue sustituido a través de la Resolución N° 3236/96 de la ANA, por el ANEXO II “A”.

⁷⁵ República Argentina. Resolución ANA N° 2436/96, Buenos Aires: Boletín Oficial, 1996, p. 2.

Los apartados siguientes los respetaremos con la mayor fidelidad posible en lo que a contenidos se refiere; sin embargo, omitiremos aquellas partes que consideremos de menor importancia, así como tampoco respetaremos su redacción original y remarcaremos que es requisito indispensable para ser beneficiario de este régimen que el permisionario de servicio postal se encuentre inscripto en el Registro Nacional de Prestadores de Servicios Postales:

BENEFICIARIOS

- Las empresas que realicen para terceros actividad postal, y los couriers.
- Quedando exceptuados del mismo toda persona de existencia visible o ideal que transporta su propia correspondencia, y empresas de transporte de cargas que operen con envíos de hasta cincuenta (50) kilogramos que no revistaren carácter de actividad postal.

ENVÍOS

Correspondencia/Documentación: Podrá transportarse por este régimen:

- correspondencia en general, planillas, listados, soportes magnéticos con información extraída de sistemas de computación destinada a actividades bancarias y empresarias en general y demás documentación.

Encomienda: Podrá transportarse por este régimen encomiendas conteniendo mercaderías cuyo peso no supere los cincuenta (50) kilogramos.

Mercaderías: Las mercaderías transportadas por este régimen quedan sujetas:

- a las prohibiciones, restricciones y autorizaciones e intervenciones de otros organismos oficiales;
- al pago de la totalidad de los tributos que gravan la importación para consumo de acuerdo con el régimen general o en virtud a regímenes especiales;
- al pago de la Percepción del IVA Adicional (9% - 10%) y de la Percepción del Impuesto a las Ganancias (11%);
- al pago de tributos a la exportación, y
- a la percepción de estímulos a la exportación.

DESTINACIONES DE IMPORTACIÓN Y DE EXPORTACIÓN PARA CONSUMO

El permisionario de servicio postal deberá estar inscrito en el Registro de Importadores y Exportadores de la Administración Nacional para poder hacer uso de la solicitud de importación o de exportación para consumo en forma simplificada.

EXCLUSIONES

- Se excluyen del procedimiento simplificado las mercaderías a exportarse o importarse cuyo valor FOB exceda los tres mil (3.000) dólares estadounidenses;
- sujetas a identificación aduanera o a la aplicación de prohibiciones o intervenciones de otros organismos;
- sujetas a la presentación de Certificado de Origen incluyéndose ALADI y MERCOSUR;
- beneficiadas con regímenes especiales en materia tributaria o cuando se pretendiere la percepción de estímulos a la exportación.

Hasta aquí hemos hablado de los apartados que revisten mayor interés para nuestro trabajo. Pero debemos observar que la resolución contiene más de ellos, los cuales están relacionados con cuestiones procedimentales y que, por tanto, no cuentan con mayor atractivo para nosotros. Sin embargo, no nos exime de mencionarlos. Los mismos son: DECLARACIÓN DEL VALOR EN LA SOLICITUD DE DESTINACIÓN DE IMPORTACIÓN SIMPLIFICADA e INEXACTITUDES.

Posteriormente, en el Anexo III “A” (el Anexo III fue sustituido por la Resolución N° 3236/1996 de la ANA), que se refiere a las *Disposiciones Operativas*, los apartados son los siguientes:

- DECLARACIÓN EN EL MANIFIESTO DE CARGA
- DESTINACIÓN DE IMPORTACIÓN PARA CONSUMO
- DESTINACIÓN DE EXPORTACIÓN PARA CONSUMO

Y, finalmente, contempla la resolución una última disposición llamada *Disposiciones comunes a la importación y exportación*, cuyos apartados son:

- SISTEMA ALTERNATIVO PARA LA PRESENTACIÓN DEL MANIFIESTO
- ENVÍOS TRANSPORTADOS POR VIAJEROS – PORTADOR
- TRASLADOS DE CARGAS A DEPÓSITOS HABILITADOS
- CONTROL ADUANERO
- SELECTIVIDAD
- ENTREGA Y RETIRO DE CARGAS EN DÍAS Y HORARIOS INHÁBILES
- INFRACCIONES AL RÉGIMEN PRESENTE

En el año 1997, el Poder Ejecutivo Nacional promulgó el Decreto N° 855 por el cual, de acuerdo con el considerando, el tráfico de exportación llevado a cabo en ciertas zonas de frontera presentaba características operativas tales que era necesario implementar nuevos procedimientos que agilizaran el mismo. Con el objeto de promover el desarrollo económico regional en esas zonas se determinó, entonces, un tratamiento simplificado para la operatoria que debía, además de agilizar el trámite, reducir los costos y desestimular las operaciones marginales. Naturalmente ese decreto facultó a la AFIP a dictar normas complementarias que permitieran un método simplificado relativo a la documentación exigida por las normas impositivas y aduaneras, prescindiendo de los requisitos legales formales (de ahí el nombre *Régimen simplificado*), así como también a establecer otros regímenes simplificados para exportaciones en condiciones análogas en otras aduanas del país.

Y así es como lo hace, por ejemplo, a través de la Resolución General N° 13/97, la cual decidió extender el Régimen Simplificado a la Aduana de Iguazú. Al año siguiente, se publicó la Resolución General N° 302, por la cual se extendió la posibilidad de aplicar el Régimen Simplificado Opcional a los exportadores cuya actividad industrial y comercial se desarrollara fuera de las zonas establecidas por la Resolución General N° 26 de 1997 de la misma institución, o sea se extendiera a todo el país. Fue esta última la que determinó, en detalle, las normas complementarias pertinentes para simplificar el régimen.

Sin embargo, el 4 de marzo de 1999 el Poder Ejecutivo Nacional, encabezado en aquel entonces por el presidente Dr. Carlos Saúl Menem, emitió el Decreto N° 161, que fue publicado en el Boletín Oficial cuatro días después, el 8 de marzo. La importancia de este decreto radica en que determinó el establecimiento de un régimen simplificado

opcional de importación definitiva, basándose en que las necesidades que motivaron el dictado del Decreto N° 855/97 eran similares a la operatoria de importación. Vale decir que se buscaba agilizar la operatoria aduanera de importación, la promoción de importaciones, la reducción de costos administrativos y de actividades marginales. Los artículos más importantes, a efecto de nuestra tesis, del Decreto N° 161 son los siguientes:

Artículo 1°- Establécese un régimen simplificado opcional de importación definitiva que estará sujeto a los requisitos que se especifiquen en el presente.

Art. 2°- El valor FOB de cada operación no podrá superar la suma de DÓLARES ESTADOUNIDENSES TRES MIL (U\$S 3.000), no pudiendo superar un máximo de CUATRO (4) operaciones mensuales, por cada importador.

Art. 3°- Las mercaderías que se importen por el presente régimen deberán cumplir las siguientes condiciones:

- a) Ser nuevas, sin uso, y sin reacondicionar.
- b) No estar sujeta su importación a prohibición, a cupos ni intervenciones de otros organismos.
- c) No estar incluidos en regímenes promocionales que determinen algún tipo de extensión y/o beneficio tributario.
- d) Las exigidas por el Decreto N° 477 de fecha 22 de mayo de 1997, cuando así correspondiere.

[...]

Art. 5°- Las operaciones que se efectúen con arreglo al presente régimen cumplirán las condiciones y formalidades que a tal efecto disponga la ADMINISTRACIÓN FEDERAL DE INGRESOS PÚBLICOS, entidad autárquica en el ámbito del MINISTERIO DE ECONOMÍA Y OBRAS Y SERVICIOS PÚBLICOS, la que deberá establecer un procedimiento simplificado relativo a la documentación exigida por las normas impositivas y aduaneras, prescindiendo a tal efecto de los requisitos legales o reglamentarios de naturaleza meramente formal.

[...]

Art. 8° - La importación para consumo de mercadería mediante el procedimiento simplificado actualmente vigente, estatuido en el marco del Decreto N° 1187 de fecha 10 de junio de 1993 y en los Artículos 550 al 559 del Código Aduanero, queda sujeta al pago de derecho de importación y cualesquiera otros derechos, impuestos gravámenes y tasas de cualquier naturaleza, unificándose en una alícuota del CINCUENTA POR CIENTO (50%), aplicable sobre el valor de la mercadería según lo establecido en los respectivos regímenes.⁷⁶

Este decreto, en realidad, complementa una situación que ya se daba en el régimen courier, porque a través de la Resolución N° 2436/96, el mismo se encontraba regulado bajo un régimen simplificado, pero con el Decreto N° 161/99 del Poder Ejecutivo Nacional, como ya lo mencionamos, en lo que al servicio courier respecta, se complementó el trámite simplificado con el establecimiento de un tributo único tal como lo vimos en el artículo 8° de la cita anterior.

⁷⁶ República Argentina. Decreto N° 161/99. Buenos Aires: Boletín Oficial, 1999, p. 1-3.

Vemos entonces cómo se va configurando la estructura normativa que regula el servicio courier en lo que respecta al ámbito aduanero. Primero, con la Resolución N° 2436/96 de la Administración Nacional de Aduanas, que dictó normas relativas a la importación y exportación de mercaderías por parte de los Prestadores de Servicios Postales/Couriers. Y después, a través de los Decretos N° 855/97 y N° 161/99 del Poder Ejecutivo Nacional, que permitieron a los Prestadores de Servicios Postales/Courier pagar un único tributo a la hora de realizar el trámite aduanero.

Se observa además que, en relación al valor que la mercadería debe tener, tanto sea en la importación como en la exportación, para poder acceder a los beneficios del Régimen Simplificado, no debía superar la suma de tres mil dólares estadounidenses (US\$ 3.000). Este importe es de relevancia medular en nuestro trabajo porque es una de las modificaciones de nuestro interés que se realizaron a través de las normas que detenidamente revisaremos más adelante.

Podemos resaltar, asimismo, como característica particular del Régimen Simplificado en su procedimiento operativo, la no intervención de despachantes de aduana, tal como explícitamente se señala en la Resolución General N° 503/99 de la AFIP, por la cual se aprobó el Procedimiento referido al Registro de Destinaciones Simplificadas de Importación, en su ANEXO IV, *PAGO DE LAS DESTINACIONES SIMPLIFICADAS DE IMPORTACION, Depósitos*.

Más tarde, mediante la Resolución N° 845 del año 2000 de la AFIP, se aprobaron las instrucciones operativas para el registro en el Sistema Informático María —o SIM—⁷⁷ de mercaderías de importación bajo el Régimen de Prestadores de Servicios Postales/Courier (RPSP), como lo dispone en su artículo primero.

Resumiendo un poco lo visto hasta el momento, comprendemos entonces que a través del servicio courier y su régimen simplificado de importación/exportación nos es posible —valga la redundancia— importar o exportar mercadería que sea nueva, cuyo valor no supere los tres mil dólares estadounidenses, ni su peso supere los 50 Kg. Tampoco debemos usar este servicio para mercadería que se encontrase prohibida y, en el caso de aquellos artículos que tuvieran alguna restricción, debemos darle intervención al organismo pertinente que expida la autorización del caso, tal como por ejemplo sucede con las obras de arte.

⁷⁷ Sistema operativo informático utilizado oficialmente para oficializar despachos.

Naturalmente, cuando se trata de envíos de exportación, se deben observar las reglamentaciones vigentes al momento en materia aduanera, no sólo de nuestro país, sino también del país de destino. Porque la mercadería que estuviéramos enviando podría cumplir con todas las condiciones aduaneras exigidas en la Argentina para poder ser exportada, pero sin embargo algunas de sus características podrían encontrarse en falta con las normas aduaneras del país de destino de la misma.

Éste es un caso muy frecuente en el que, por irresponsabilidad del prestatario o del interesado en el envío, inclusive en algunos casos también por falta de responsabilidad o profesionalismo de la administración aduanera, o una combinación de ellos, el servicio se ve interrumpido en alguno de los puntos aduaneros generando una serie de intervenciones y actuaciones adicionales que conllevan tiempo y dinero siempre que, por supuesto, el envío finalmente pueda ser entregado al destinatario.

Por esta razón, a través de la Resolución N° 1409/2002 de la CNC, se fortaleció debidamente la responsabilidad que tienen los Prestadores de Servicios Postales. Mencionada resolución advierte que en el mercado postal argentino existen muchas empresas que ofrecen servicios internacionales. Pero, al analizar en detalle las características de las mismas, concluye que existen grandes diferencias entre sí, ya que —por ejemplo— no todas realizan el servicio por vía aérea o, las que sí lo realizan a través de ese medio, no lo hacen de manera expresa. Otras ofrecen el servicio, pero no son ellas mismas quienes lo proveen, sino que lo hacen a través de una tercera compañía, actuando la primera como intermediaria entre los clientes y esta última.

Como se trata de servicios internacionales, pero sólo pueden ser controlados localmente, la aduana es parte interesada en el proceso de este tipo de servicios. La CNC, entonces, en su condición de autoridad encargada de ejercer la función de policía en materia postal y telegráfica, estableció mediante esta resolución inicialmente que era condición, entre otras cosas, para inscribirse y mantener la inscripción en el RNPS, indicar las condiciones y calidad del servicio postal que prestarán a sus clientes “respecto de los servicios internacionales y el pedido de su acreditación como tales a los efectos de su inscripción ante el servicio aduanero”.⁷⁸ Asimismo, aprobó formularios e instructivos a través de los cuales se formalizaban estas exigencias a los Prestadores de Servicios Postales.

⁷⁸ República Argentina. Resolución CNC N° 1409/02. Buenos Aires: Boletín Oficial, 2002, p. 1.

Ya en el artículo 16° del Capítulo III (*PUBLICIDAD DEL SERVICIO Y RESPONSABILIDAD FRENTE AL CLIENTE*), el Decreto N° 1187/93 manifestaba claramente que los prestadores no podían realizar un servicio inferior al que ofrecían y se encontraban obligados a informar al cliente por escrito sobre la calidad del servicio ofrecido y, tal como se indica en el párrafo 20 del Considerando de la resolución:

Que es imprescindible, entonces, que ese entorno de libertad de los prestadores de servicios postales se compatibilice con el inalienable derecho de los usuarios y consumidores a informarse, con carácter previo, de las condiciones y calidad de los servicios que los operadores se comprometen a prestar...⁷⁹

Del mismo modo, también existieron otras resoluciones hasta el año 2005, pero ninguna de ellas implicó una modificación sustancial a la estructura normativa que regulaba el régimen courier. Algunos ejemplos son la Resolución N° 1019/2002 sobre modelos de certificados de inscripción, mantenimiento de la misma, o reinscripción de los prestadores de servicios postales en el RNPS; y la Resolución N° 2504/2003 sobre normas operativas para el procedimiento de apertura de envíos caídos en rezagos.⁸⁰

⁷⁹ *Íbid.*, p. 3.

⁸⁰ Envíos caídos en rezagos son aquellos que, por determinado motivo, no pudieron cumplimentar su proceso y quedaron en poder de la prestataria.

VII. MODIFICACIÓN DEL MARCO REGULATORIO A PARTIR DEL AÑO 2005

VII.1. Estudio de la Resolución General AFIP N° 1811/05

El día 11 de enero de 2005, el Boletín Oficial publicó la Resolución General N° 1811 emanada el día anterior. El título de la misma es *Régimen de Importación Exportación por Prestadores de Servicios Postales PSP/Couriers*. A continuación y siguiendo el método utilizado anteriormente, transcribiremos los aspectos más sobresalientes del Considerando de la resolución, que se encuentran en sus primeros tres párrafos, así como su artículo primero, que es el que contiene completamente el espíritu de la misma. Es una resolución muy corta, que contiene dos páginas y tres artículos, lo cual nos invita a traer las partes más importantes de su cuerpo de manera de evitarle al lector el —a veces— incómodo (y en este caso más laborioso) trabajo de tener que consultar anexos.

CONSIDERANDO:

Que se ha realizado un estudio abarcativo de los antecedentes en la materia de las Aduanas de América Latina, España y Portugal, integrantes del Convenio Multilateral de Cooperación, a partir del cual en el marco de las medidas tendientes a la debida actualización que requiere la normativa actual, se considera oportuna la armonización del valor límite para tales envíos a los utilizados en la mayoría de esos países.

Que en general tales regímenes se aplican a envíos que no superan el valor límite de DÓLARES ESTADOUNIDENSES UN MIL (US\$ 1.000) y el peso límite de CINCUENTA KILOGRAMOS (50 kg).

Que dentro del escenario económico actual, con la finalidad de fortalecer los controles de estas destinaciones aduaneras y teniendo en miras el logro de un adecuado uso del Régimen que evite su desnaturalización, se hace necesario su actualización y se torna conveniente la actualización e implementación de nuevos circuitos de control informáticos y operativos.

[...]

Artículo 1° - Los Permissionarios de Servicios Postales podrán oficializar la Solicitud de Importación o de Exportación para consumo en forma simplificada, prevista en la Resolución de

la ex ADMINISTRACIÓN NACIONAL DE ADUANAS N° 2436 (RGANTI) del 16 de junio de 1996 y modificatorias, siempre que:

- a) el valor FOB de las mercaderías a exportarse no exceda los DÓLARES ESTADOUNIDENSES UN MIL (U\$S 1.000) para cada remitente del envío; debiendo los Permissionarios de Servicios Postales Couriers consignar la Planilla de Exportación (OM-476) además de los datos vigentes, el nombre y el apellido, domicilio, la Clave Única de Identificación Tributaria (CUIT) o Clave Única de Identificación Laboral (CUIL) del remitente en orden creciente; y
- b) el valor FOB de las mercaderías a importarse, no exceda los DÓLARES ESTADOUNIDENSES UN MIL (U\$S 1.000) para cada destinatario; debiendo los Permissionarios de Servicios Postales Couriers consignar en la planilla anexa a la Solicitud de Importación Simplificada (OM-1125) además de los datos vigentes, el nombre y apellido, domicilio, y la Clave Única de Identificación Tributaria (CUIT) o Clave Única de Identificación Laboral (CUIL) del destinatario en orden creciente.⁸¹

A los pocos días de la misma, el por entonces Director General de Aduanas, Ricardo Echegaray, y ante el reclamo de los Prestadores de Servicios Postales/Couriers, emitió una Nota Externa (N° 4/2005) en la que “ante casos excepcionales y a fin de no detener el curso del envío”⁸² se le permitía al PSP/Courier, si carecía de alguno de los datos que debía reunir (nombre y apellido, domicilio, y el CUIT o CUIL del remitente/destinatario, según se trate de una exportación o una importación respectivamente), consignar los datos disponibles del remitente/destinatario y el CUIT del Prestador de Servicios Postales/Courier.

Sin embargo, bajo este supuesto, el PSP/Courier debía conseguir y conservar en su poder constancias de documento que acreditaran la identidad del remitente/destinatario. En síntesis, esto implicó que cualquier persona que quisiera realizar o recibir un envío a través de un PSP/Courier debía consignar todos aquellos datos al prestador o, en el caso de no tener alguno de ellos (por ejemplo, un menor de edad no cuenta con CUIL), debía entregar una copia de su DNI. Estos requerimientos tenían dos objetivos: por una parte, el de poder realizar un mayor y más intenso control sobre los remitentes/destinatarios; por el otro —tal vez el más importante—, impedir que ante el nuevo límite de valor para poder importar/exportar bajo el régimen simplificado courier, los usuarios no intentaran sortear esta nueva disposición a través

⁸¹ República Argentina. Resolución AFIP N° 1811/05. Buenos Aires: Boletín Oficial, 2005, p. 1 y 2.

⁸² República Argentina. Ministerio de Economía y Producción. AFIP. Dirección General de Aduanas. Nota Externa N°4/2005. Buenos Aires: DGA, p. 1.

del fraccionamiento de los envíos. De manera que ese límite al valor de la mercadería es por remitente/destinatario, y por día.

VII.2. Reacción de la Capsia

Hace falta ahora, introducir en este estudio a la Cámara Argentina de Prestadores de Servicios Internacionales Aeroexpresos, mejor conocida como CAPSIA según sus siglas. Esta Cámara es una organización sin fines de lucro que fue creada a fines del año 1998 por los principales operadores de servicios expresos internacionales, obteniendo su personería jurídica en el año 2000. Compuesta por las empresas Cross Racer, DHL, Federal Express (FedEx), Génesis, IMEX/IBC, Láser Courier, LHS, OCASA, TNT, United Parcel Services (UPS) y World courier, es la encargada de representar los intereses locales de la industria de transporte expreso ante organismos oficiales ejecutivos, legislativos y judiciales, y demás asociaciones.

El principal objetivo de la CAPSIA es procurar que se mantenga y mejore la provisión de un servicio confiable de entrega altamente sensible a los tiempos de tránsito. Considera, asimismo, que la denominación por la que son más comúnmente conocidos, *couriers*, es limitada frente al abanico de servicios que ofrecen y que adquieren cada vez mayor importancia en el “[...] dinámico y creciente intercambio comercial internacional, no tan sólo favoreciendo y facilitando el comercio global, sino contribuyendo también al crecimiento económico de los países.”⁸³

Una vez presentados la conformación y los alcances de la Cámara, es importante señalar que junto a la DGA venían trabajando en materia de controles desde el año 2002, en el que habían suscripto un acuerdo por el cual la CAPSIA debía aportarle un sistema informático que diera lugar a un mayor y mejor control de las importaciones. Al proveerle a la aduana información relacionada con la mercadería antes de que ésta

⁸³ CAPSIA, *Los servicios expresos* [en línea]. [Buenos Aires: CAPSIA].

<<http://www.capsia.org.ar/esp/servexpresos.asp>>. [Fecha de consulta: 16 de mayo de 2009].

arribara a Ezeiza (al transportarse vía aérea, toda la mercadería courier ingresa y egresa en el país por el Aeropuerto Internacional de Ezeiza “Ministro Pistarini”) le permitiría generar perfiles de riesgo de la mercadería en tránsito hacia Buenos Aires, sobre la que, a su arribo, podrían realizar controles más estrictos. Este sistema, que se llamaría Sistema Inteligente de Registro y Verificación de Envíos (SIRVE), se integraría al SIM, y la CAPSIA fue insistente en su implementación.

Sin embargo, el por aquellos días Director de la Aduana, José Sbattella, que buscaba el fortalecimiento de los controles de la aduana, también promovía la baja de los valores máximos del sector aeroexpreso, tal como lo declaró al diario *La Nación* en la nota “*Piden mejoras en el control*”, en la que apunta: “Vamos a bajar los valores del *courier*. El SIRVE debe integrarse con el Sistema María, pero esto es independiente de los valores.”⁸⁴

Ahora pasaremos a contar cuáles fueron las diferentes reacciones de la CAPSIA ante la nueva medida (por la Resolución N° 1811/05) que, como vimos en el párrafo anterior, había sido preanunciada por la DGA. Recordemos para ello el proceso operativo que ya hemos explicado: una vez arribada la mercadería de importación a la aduana,⁸⁵ bajo el Régimen de Servicio Courier, es controlada y aforada⁸⁶ en la aduana donde la prestataria se hace cargo adelantadamente del proceso de despacho informal, que incluye el pago también adelantado de impuestos que, posteriormente y contra entrega de la mercadería, le cobrara al destinatario de la misma. En el caso de las exportaciones es distinto porque la compañía courier puede cobrarle por adelantado al remitente impuestos de exportación (si los hubiera), que después se encargará de pagarle a la aduana cuando esté realizando el proceso para poder exportarla.

A partir de los conceptos recordados, nos encontramos en mejores condiciones de entender las primeras repercusiones en el ámbito del transporte aeroexpreso. La

⁸⁴ Uría, Leandro, Piden mejoras en el control, *La Nación, Suplemento de Comercio Exterior*, 11 de noviembre de 2003.

⁸⁵ Esto no es exactamente así porque hoy en día, gracias a los avances tecnológicos, se puede ir adelantando parte del proceso sin que la mercadería haya arribado aún.

⁸⁶ Se entiende por “*aforo*”, según el *Diccionario de la Real Academia Española* (1ª ed., Madrid, España: Espasa Calpe, 2006) la acción y efecto de “*aforar*”, o sea el proceso por el cual se determina la cantidad y valor de los géneros o mercancías que haya en algún lugar, generalmente a fin de establecer el pago de derechos.

mayoría de las repercusiones consistieron en la advertencia sobre las consecuencias adversas —fundamentalmente operativas— que tendría esta resolución. Asumiendo la Cámara, entonces, que la medida está orientada a incrementar los controles del comercio exterior, identificó, entre otras, las siguientes contrariedades:

- Respecto a los envíos de importación:

- Aumento de despachos formales como consecuencia en la disminución del valor que puede ser importado bajo el régimen simplificado.
- Aumento del trabajo del Sistema María (SIM) y de los funcionarios de la aduana en Ezeiza.
- Imposibilidad de recibir un envío por parte de un embajador o de un menor de edad como consecuencia de la falta de CUIT/CUIL.
- Aumento de los envíos caídos en rezago.⁸⁷
- Consecuencias en la recaudación aduanera.
- Inconvenientes para los usuarios que, a través del servicio courier, importan piezas críticas de maquinaria que tienen trabajando, sin las cuales se ven interrumpidos en la producción.
- Variación en los tiempos de tránsito.

- Respecto a los envíos de exportación:

- No podrán realizar envíos expresos al exterior —tales como souvenirs o productos originarios— los turistas extranjeros (por no contar con CUIT/CUIL).
- Consecuencias sobre las PyME exportadoras que utilizan este sistema para realizar sus envíos de muestras, repuestos, libros, textiles, alimentos, vinos y productos regionales al exterior evitándose el costo en tiempo y dinero de los despachos aduaneros y de tener que contar con un departamento especializado en comercio exterior.
- Perjudica la competitividad de las PyME.
- Desaliento de las exportaciones en general.

⁸⁷ En este caso, habiendo sido retenido el envío para realizar su despacho formal de importación, el destinatario del mismo no se hace cargo del despacho y decide abandonarlo.

La reacción de la CAPSIA fue muy adversa, entonces, ante esta nueva resolución. En un comunicado emitido por la institución el 19 de enero de 2005 dirigido a sus clientes y titulado “*Una nueva Resolución Aduanera entorpecerá su logística*”, dice en su párrafo número 6:

CAPSIA expresa su más fuerte rechazo al dictado de esta resolución, que no recoge beneficio alguno, ni fiscal ni aduanero, pasándole de modo inconsulto al sector privado del comercio exterior, particularmente PYMES, los mayores costos y la ineficiencia que acarrea el nuevo marco de regulación. Es más, crea perjudiciales asimetrías con nuestros habituales socios comerciales, como Brasil. CAPSIA seguirá trabajando diligentemente para ayudar a facilitar los procesos y reglamentaciones del comercio exterior.⁸⁸

Por su parte, la CERA (Cámara Exportadora de la República Argentina) manifestó su descontento con la medida, dado que la misma se encontraba justo en dirección contraria a las intenciones de esta Cámara, que estaba solicitando una ampliación del límite del sistema para tratar de achicar la asimetría que tiene nuestro país con Brasil en ese aspecto. Mientras que su homóloga —pero de importaciones— CIRA (Cámara de Importadores de la República Argentina) también expresó su descontento con esta medida, aduciendo que no beneficiaba a nadie.

No caben dudas respecto de las intenciones de mejorar los controles desde la DGA (y así lo dice en sus Considerandos la Resolución N° 1811/05). En una entrevista publicada en la revista *terminalC* que se le realizó al entonces titular de aquella institución, Ricardo Echegaray, él afirma que “controlar es darle valor al comercio exterior argentino”.⁸⁹ Explica más adelante que en la Argentina siempre existió una tradición del control exportador, pero que ahora la aduana se encontraba actualizada con el resto de las aduanas del mundo porque se estaba comenzando a aplicar el control en los países de origen. Lógicamente, refiriéndose a las importaciones.

Sin embargo, los integrantes de CAPSIA no piensan que, necesariamente, para mejorar los controles haya que limitar los valores permitidos para importar/exportar bajo el régimen simplificado. En la misma revista —pero en otra nota—, el gerente de FedEx explicaba que para que el país siguiera creciendo, dependía de la estabilidad

⁸⁸ CAPSIA, *Novedades* [en línea]. [Buenos Aires: CAPSIA].

<<http://www.capsia.org.ar/esp/novedades.asp>>. [Fecha de consulta: 21 de enero de 2005].

⁸⁹ Cayón, David. Ricardo Echegaray, Controlar es darle valor al comercio exterior argentino, *Revista terminalC. Sección Protagonistas*, Edición N° 3 (Febrero-Marzo de 2006), p. 40-43.

económica, la generación de una infraestructura adecuada y las políticas públicas que adoptara el Gobierno. Más adelante, comentó que para encontrar soluciones que le fueran favorables a todas las partes era necesario que “[...] el productor vea facilitado el proceso de importación de insumos, el Estado pueda cumplir con sus objetivos de lucha contra la evasión y las empresas de transporte puedan ofrecer sus servicios y realizar sus negocios en un ambiente favorable.”⁹⁰

Las empresas aeroexpresas, como veremos más adelante, dominan el mercado de los envíos relacionados con importaciones y exportaciones por vía courier. En el año 2006, los socios de CAPSIA transportaron el 99% de la carga courier al exterior e importaron el 77%.⁹¹ Muchos de los usuarios actuales del servicio aeroexpreso son pequeñas y medianas empresas que, gracias a la internet, logran colocar sus productos en mercados externos, o que para seguir produciendo necesitan repuestos que deben importar rápidamente. Utilizan entonces los servicios que las empresas couriers les ofrecen despreocupándose de las gestiones aduaneras y de los altos costos en los que deberían incurrir de tener que realizar ellas mismas los distintos procesos. Sin olvidar, por supuesto, el estímulo y la comodidad que significan los cortos tiempos de tránsito que esos servicios ofrecen. Y es por esta franja de usuarios que los couriers realizan su mayor esfuerzo por tratar de revertir la resolución en estudio.

⁹⁰ Dates, Sebastián. FedEx Express, carga aérea con nombre propio, *Revista terminalC. Sección Empresas*, Edición N° 3 (Febrero-Marzo de 2006), p. 52.

⁹¹ Cañete, Graciela. Un despegue atado a una resolución, *La Nación, Suplemento de Comercio Exterior*, 11 de septiembre de 2007.

VII.3. Estudio de la Resolución CNC N° 1811/05

Por su parte, el 19 de mayo del mismo año, la Comisión Nacional de Comunicaciones dictó la Resolución N° 1811 (la coincidencia numérica con la resolución tratada anteriormente es meramente azarosa), en cuyos artículos 1° y 2° aprueba el *Requerimiento integral para solicitudes de inscripción en el Registro Nacional de Prestadores de Servicios Postales*, y *Requerimiento integral para solicitudes de mantenimiento de inscripción en el Registro Nacional de Prestadores de Servicios Postales*.

Pero antes revisemos un poco el estado de la situación hasta ese momento. Decíamos cuando hablábamos del Decreto N° 1187/93, que el mismo implicaba, entre otras cosas, la supresión definitiva del monopolio estatal y la apertura y competencia del mercado postal local e internacional. Las empresas privadas tuvieron por obligación, a partir del mismo, únicamente el pago de impuestos ordinarios, más el pago de derecho a inscripción al Registro, que es un monto fijo y anual. Asimismo, se determinó la creación del Registro Nacional de Prestadores de Servicios Postales, a cargo de la Comisión Nacional de Correos y Telégrafos.

En su artículo número 11, el decreto determinaba los requisitos para la inscripción de los prestadores, entre los que se encontraban:

- poseer número de CUIT,
- indicar características del servicio ofrecido,
- acreditar el pago de la renta postal correspondiente.⁹²

Más tarde, a través del Decreto N° 115/97 (como también lo hemos visto) se amplió el requerimiento de condiciones a ser descriptas por los prestadores, y los obligó a demostrar cada tres meses que cumplían con esas condiciones a riesgo de, ante incumplimiento, ser dados de baja del RNPSP. Aunque, al mismo tiempo, se ampliaron

⁹² Véase el análisis pormenorizado del Decreto N° 1187/93 en inciso V.2.2., p. 62-70.

las posibilidades de sanciones incorporando una más suave —el apercibimiento— en primer lugar, siendo potestad de la CNC la administración de las mismas.

En noviembre del mismo año del Decreto N° 115, la Secretaría de Comunicaciones (de la que depende la CNC) dictó la Resolución N° 3123, a través de la cual se determinó la creación de un nuevo formulario de inscripción en el RNPS. Éste quedó a cargo —en su diseño y elaboración— de la Gerencia de Servicios Postales de la CNC. Determinó, entre otras cosas, los ámbitos geográficos donde operarían los prestadores de servicios postales, a saber según su artículo 3°:

Art. 3° - A fin de posibilitar la denuncia exigida por el inciso d) del artículo 11 del Decreto N° 1187/93, texto según Decreto N° 115/97, establecerse como ámbitos geográficos de actuación de las prestadoras de servicios postales los siguientes: a) nacional: cada una de las provincias de la República Argentina y la Ciudad Autónoma de Buenos Aires; b) internacional: América del Sur, América Central, América del Norte, Europa, Asia, África y Oceanía. En cada caso se indicará si la cobertura es total o parcial, presumiéndose que es total en caso de silencio.

En lo que se refiere a la denuncia de los medios con los que las prestadoras de servicios postales se valdrán para cumplir con su actividad, la misma se efectivizará según los siguientes criterios: a) Medios Humanos: se indicará el número de personal bajo relación de dependencia y aquel que esté contratado bajo otras modalidades, indicando cuales; b) Medios Materiales: 1) Inmuebles afectados a la actividad postal: se indicará el número de los inmuebles del dominio propio o a disposición bajo otro título y su localización; 2) Vehículos afectados a la actividad postal: se indicará el tipo de rodado (automóviles, motocicletas o afines) y el número de propios o a disposición bajo otro título; 3) Bocas de emisión: se indicará el número de localización de las mismas. Todos estos datos tendrán carácter de declaración jurada, y se informarán en los formularios respectivos que se aprueben en el artículo 6° de la presente.⁹³

Puso, también, énfasis en la potestad que tenía la CNC para verificar la correlación entre el servicio ofrecido y los recursos necesarios para cumplir con el mismo con que cuenta una empresa, según el siguiente artículo:

Art. 4°.-De oficio o a petición de interesado, la Gerencia de Servicios Postales de la COMISIÓN NACIONAL DE COMUNICACIONES procederá a verificar, con criterio de razonabilidad, si los medios con que cuenta un determinado prestador de servicios postales son suficientes para cumplir con la calidad de los servicios ofertados y la zona de prestación anunciada. Para ello, tendrá en cuenta la información trimestral a la que se refiere el artículo precedente, debiendo elevar a consideración del Directorio de la COMISIÓN NACIONAL DE COMUNICACIONES sus conclusiones y la propuesta de las medidas correctivas pertinentes.

En el caso de solicitudes de inscripción de nuevos prestadores de servicios postales, la COMISIÓN NACIONAL DE COMUNICACIONES verificará, a la luz de la estadística de servicios similares, si existe correspondencia entre los medios denunciados, la calidad y las

⁹³ República Argentina. Resolución CNC 3123/97. Buenos Aires: Boletín Oficial, 1997, p. 3 y 4.

condiciones de servicios ofrecidos y el ámbito geográfico de actuación que declare cubrir el solicitante.⁹⁴

La resolución aprobó también la inclusión del *Listado de Condiciones para la inscripción en el Registro Nacional de Prestadores de Servicios Postales*. Este listado, cuyo diseño y elaboración estuvo a cargo —como ya lo mencionamos— de la Gerencia de Servicios Postales de la CNC, se estructura en tres partes:

1. REQUISITOS PARA LA INSCRIPCIÓN entre los que se destacan la acreditación de la constitución de persona jurídica mediante el Estatuto o Contrato Social y el objeto social haciendo referencia en forma explícita a las actividades de tipo postal que realiza. También son parte de estos requisitos la documentación que acredite la inscripción de la sociedad en los impuestos nacionales, Sistema Único de Seguridad Social, Tributos Provinciales y Municipales. Formularios varios y efectuar el pago del derecho a inscripción anual al RNPSP pertenecen a los requisitos de este grupo.
2. REQUISITOS DE CUMPLIMIENTO TRIMESTRAL incluyen distintos formularios que tienen que ver con el ámbito geográfico de actividad, vehículos afectados a la actividad postal, bocas de admisión, etc. También acreditar el cumplimiento de las obligaciones impositivas, previsionales y sociales. Existe una aclaración, al final de estos requisitos, donde se advierte que el prestador que no cumpliera con esta obligación trimestral será sancionado con la baja del RNPSP.
3. REQUISITOS DE CUMPLIMIENTO ANUAL incluyen la presentación de distintas declaraciones juradas que ratifiquen gran parte de la información presentada según los otros requisitos, más efectuar el pago del Derecho a Inscripción con una nota final que advierte, nuevamente, sobre la consecuente baja automática del RNPSP ante incumplimiento de estos requisitos.

⁹⁴ *Íbid.*, p. 4.

Unos cuantos años después (en octubre de 2004) la CNC dictó la Resolución N° 3350/04, a través de la cual se suspendió hasta el 10 de diciembre del mismo año “[...] la recepción y tramitación de solicitudes de inscripción y de reinscripción en el Registro Nacional de Prestadores de Servicios Postales, a fin de posibilitar las acciones que se expresan en los Considerandos de la presente.”⁹⁵ Estos considerandos a los que hace referencia (y que ocupan la mayor parte del texto de la resolución) señalan, después de informar que la CNC había sido intervenida hasta —justamente— el 10 de diciembre, que se están llevando adelante revisiones exhaustivas sobre los distintos procesos a cargo del organismo. Recordemos —del mismo modo que lo hacen en los considerandos— que por esos años se habían llevado a cabo la rescisión del contrato de concesión del Correo Argentino (Decreto N° 1075/2003) y la posterior constitución del Correo Oficial de la República Argentina (CORASA) y que, por tanto, en función de todos esos cambios la responsabilidad de la CNC era muy importante.

En síntesis, orientados a mejorar la calidad del trabajo de la CNC, estaban siendo revisados todos los procesos que se encontraban bajo su responsabilidad, por lo que era menester, mientras tanto, suspender ciertas actividades propias del organismo que requerían de una carga de trabajo importante, entre la que se destaca la atención de solicitudes de inscripción al RNPSP.

A partir de la resolución anterior, y como parte de las implementaciones consecuentes, se puso énfasis en la necesidad de requerir a los prestadores que acrediten sus capacidades económicas, financieras y operativas en función de la actividad que realizaban. Estos requerimientos se instrumentaron a través de dos momentos: la inscripción de los prestadores en el RNPSP y el mantenimiento de la inscripción precedente en el mismo registro. La Resolución N° 1811 —como ya lo anticipamos al comienzo del capítulo— publicada en el Boletín Oficial el día 19 de mayo de 2005 fue una resolución muy corta cuyos artículos, justamente, aprobaban los requerimientos antes citados a través de dos anexos, intitulados *Requerimiento integral para solicitudes de inscripción en el Registro Nacional de Prestadores de Servicios Postales* y *Requerimiento integral para solicitudes de mantenimiento de inscripción en el Registro Nacional de Prestadores de Servicios Postales*.

⁹⁵ República Argentina. Resolución CNC 3350/04. Buenos Aires: Boletín Oficial, 2004, p. 2.

A continuación haremos una brevísima síntesis de los contenidos de dichos anexos que nos permita entenderlos mejor.

ANEXO I

1. **Recursos afectados:** Es información requerida en detalle respecto a los materiales (inmuebles, vehículos y otros) y medios humanos (tiene que ver, por supuesto, con el detalle respecto a los empleados).
2. **Red operacional:** Ampliación de información provista anteriormente respecto al ámbito geográfico, medios, rutas, centros operativos, asociaciones y demás con que prestan el servicio.
3. **Plan anual de servicios:** Ampliación detallada de información ya brindada en relación con los servicios que aspira a prestar, sistema de gestión de calidad utilizado en la empresa, medios de información al usuario respecto a la oferta, sistema de atención de reclamos, etc.
4. **Integrantes de los órganos de administración, fiscalización y control:** Declaraciones juradas de cada una de las personas físicas que ocupen órganos de dirección y fiscalización de la empresa solicitante, si los han integrado anteriormente, o no.
5. **Objeto de la Persona Jurídica:** Aquí se debe informar sobre el objeto social de la empresa claramente identificado y, además, las actividades concurrentes deben guardar relación con el primero.
6. **Información económico-financiera y contable:** En este punto se debe especificar la estructura de costos, inversiones proyectadas para los próximos 6 ejercicios en distintas materias (recursos humanos, calidad, seguridad, infraestructura, etc.).

ANEXO II

Es igual al anterior, con la sola excepción de que no considera el punto llamado *Objeto de la Persona Jurídica*.

Como hemos podido comprobar, la Resolución N° 1811 no ha sido más que un complemento de la Resolución N° 3123/97, como era de esperar a la luz de que la misma resolución, en la *Información adicional* de cada uno de sus respectivos anexos, así se encarga de aclararlo. Sin embargo, es el renovado ímpetu que esta norma le proporciona a algunos procedimientos que ya existían, como consecuencia de políticas de gobierno que vinieron aparejadas con el Poder Ejecutivo Nacional asumido pocos años antes, y en consonancia con otras medidas adoptadas anteriormente como la Resolución General AFIP N° 1811 de enero de 2005, lo que nos interesa sobresaltar.

VII.4. El servicio courier en términos productivos

A continuación, examinaremos algunos datos básicos que nos permitan analizar la evolución del servicio courier en términos económicos. Haremos este análisis con la información provista desde el año 1997, de manera que recorreremos diez años de la industria. Pero, por supuesto, pondremos énfasis en el año en que la Resolución General AFIP N° 1811/05 y Resolución CNC N° 1811/05 hicieron su aparición y los años siguientes que este trabajo contempla.

Es importante aclarar, sin embargo, que estas estadísticas deben ser consideradas con sumo cuidado, dado que la fuente de origen⁹⁶ no realizó las segmentaciones necesarias (o por lo menos, no lo hizo en la mayoría de los datos) como para poder hablar exclusivamente del servicio courier. Entonces, por ejemplo, allí donde consideró la cantidad de prestadores privados por cada año, no discriminó entre aquellos que se dedicaban únicamente el mercado postal nacional, los que se dedicaban al mercado postal nacional e internacional y aquellos que se dedicaban exclusivamente al mercado internacional (ni mucho menos aquellos que se dedicaban exclusivamente al servicio courier, o que ésta era su actividad principal).

⁹⁶ La fuente de origen es la CNC, y los documentos desde donde obtuvimos la información son sus *Informes anuales del mercado postal*.

Por otra parte, es importante detallar que los datos que estamos considerando en este trabajo son principalmente:

- *cantidad de prestadores privados*, o sea cantidad de empresas privadas que se registran en la CNC como prestadores del servicio postal;
- *cantidad de empleados* es la cantidad de personas que trabajan en el servicio postal, ya sea en el ámbito privado o público;
- *cantidad de envíos postales* (esto incluye todo el universo de envíos que se hacen bajo el régimen postal, tanto en el ámbito nacional como internacional);
- *cantidad de envíos postales al exterior* (son todas las piezas enviadas hacia afuera del país bajo el régimen postal en general, a través de empresas privadas y del correo oficial);
- *cantidad de envíos courier de salida*, o sea el total de los envíos de exportación que se hacen bajo el régimen simplificado courier (incluye documentos y paquetes);
- *cantidad de envíos couriers de salida realizados por el sector privado*.
- *cantidad de envíos courier de entrada*, o sea el total de los envíos de importación que se hacen bajo el régimen simplificado courier (incluye documentos y paquetes);
- *cantidad de envíos courier de entrada, realizados por el sector privado*.

Cabe señalar, respecto a estos últimos dos puntos que los mismos serán considerados únicamente entre los años 2002 y 2007, porque no existe información al respecto de años anteriores.

Comenzando entonces con el análisis, es necesario resaltar que, como ya lo hemos visto, en 1997 se creó la CNC y fue a partir de ese año que el mencionado organismo comenzó a elaborar informes anuales respecto a la evolución del mercado postal. Sin embargo, existen registros oficiales de ventas y envíos totales anuales a partir del año 1993, debido a que en el año 1992 se creó la CNCT, cuya actividad principal era la de regular la actividad postal. Pero los datos con que contamos de aquellos años son únicamente los mencionados y no presentan discriminación alguna.

Tal lo analizado en el capítulo *Historia del Correo en la República Argentina*, en el año 1997, en el marco de la Reforma del Estado, también se realizó la reorganización postal, que —entre otras cosas— implicó que el mercado postal se viera constituido ahora por una gran cantidad de prestadores privados. Y fue así que, a través del Decreto N° 115/97 (recientemente analizado), la CNC compiló en un texto único y actualizado, el marco normativo postal como ya lo hemos visto. Surgió también, como consecuencia de estas reformas, la necesidad de realizar controles que procurasen el mínimo de calidad en los servicios, dada la gran cantidad de prestadores que a partir de entonces tendrían presencia en el mercado.

En primer lugar, debajo de estas líneas, encontramos un recuadro que contempla todos los datos anteriormente mencionados año por año, desde el cual realizaremos el análisis siguiente.

| CANTIDAD / AÑOS | 1997 | 1998 | 1999 | 2000 | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 |
|------------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| Prestadores Privados | 301 | 277 | 280 | 248 | 235 | 223 | 245 | 246 | 222 | 156 | 132 |
| Cantidad Empleados | 40049 | 35580 | 35074 | 31985 | 30920 | 28840 | 28042 | 27902 | 29225 | 31271 | 33446 |
| Envíos postales (mill.) | 807,7 | 868,8 | 1.021,5 | 1052,9 | 992,4 | 870,7 | 927,2 | 981,4 | 1078,7 | 1230,7 | 1378,9 |
| Envíos postales al exterior | 15175383 | 16963695 | 16485825 | 15052254 | 15981039 | 11352004 | 10156272 | 11171344 | 12181774 | 12788499 | 13095194 |
| Envíos courier Salida | 1330117 | 1648769 | 1628851 | 1187810 | 1179611 | 1004291 | 979026 | 1175785 | 1116930 | 1268046 | 1172497 |
| Envíos courier Salida priv. | 1244687 | 1528769 | 1457851 | 1039810 | 1054611 | 930291 | 929026 | 1116785 | 1049930 | 1202046 | 1109497 |
| Envíos courier Entrada | | | | | | 601345 | 587906 | 780835 | 1119522 | 1136297 | 1235024 |
| Envíos courier entrada priv. | | | | | | 493345 | 473906 | 656835 | 1003522 | 1012297 | 1108024 |

Elaboración propia. Fuente: *Informes anuales del mercado postal* de la CNC.

VII.4.1. Cantidad de prestadores privados

Como podemos observar, la cantidad de prestadores privados registrados en el año 1997 supera en más del doble los registrados en el año 1993 (los registrados en ese

año fueron 135) que es cuando se creó el RNPSP, como consecuencia de la política de apertura y libre competencia que se dio bajo el gobierno del presidente Carlos Saúl Menem. Sin embargo, esa cantidad disminuyó en los años posteriores, conforme aumentaron los controles de calidad y, sobre todo, comenzaron a sentirse los síntomas de la economía debilitada entre los años 2000-2002. En el año 2003 comenzó a aumentar nuevamente el registro de prestadores, como consecuencia de la recuperación económica del país, pero volvió a caer sostenidamente desde el año 2005 hasta el año 2007.

Al respecto, es muy interesante considerar algunas observaciones que se hicieron en el “*Registro de operadores postales*” del *Informe Anual del Mercado Postal 2006*. En el mismo se indica que la tarea realizada en el año 2006 “[...] estuvo signada por la aplicación —y sus conclusiones— de los procedimientos establecidos por la Resolución N° 1811/2005, tanto para las nuevas solicitudes de inscripción en el Registro Nacional de Prestadores de Servicios Postales como para los mantenimientos.”⁹⁷ Pero mucho más interesante aún son los objetivos de mencionado procedimiento que transcribiremos textualmente:

- Reordenar el mercado postal privado argentino, reestableciendo el respeto a la Autoridad de Control del servicio.
- Asegurarle al Correo Oficial (gestionado por el Estado y responsable del servicio universal) una competencia genuina, especialmente en las zonas rentables del mercado.
- Fomentar el empleo genuino y combatir los emprendimientos oportunistas y basados en la informalidad.
- Transparentar la real conformación del mercado postal argentino, tanto de servicios nacionales como internacionales.⁹⁸

A través de los requerimientos integrados, la CNC se proveyó de información respecto de las empresas que le permitió arribar a conclusiones tales como que la gran mayoría de las empresas eran emprendimientos de carácter oportunista y precarios, donde el 60% del total tenían menos de 5 años de antigüedad, mientras que sólo un 16% tenían más de 10 años. Como decíamos anteriormente, se observa una caída en la cantidad de prestadores a partir del año 2005, y esto la CNC lo atribuyó al *sustantivo ordenamiento* del mercado que venía realizando sin cerrar el acceso al mismo, el cual permitió la perdurabilidad de las mejores empresas que, a su vez, generaron más y

⁹⁷ República Argentina, CNC, *Informe anual del mercado postal 2006*, Buenos Aires, 2007, p. 74.

⁹⁸ *Ibid.*, p. 74.

mejores empleos, así como también una mejor y más clara segmentación de las mismas. Además, frente a la gran cantidad de resoluciones dictadas y la ausencia de planteos judiciales, asignó el éxito a la política de Estado llevada a cabo, que tenía por baluarte su rol presencial.

VII.4.2. Cantidad de empleados

Como se puede observar, la cantidad de empleados en el sector postal (debemos recordar que este dato incluye todos los empleados del sector postal y no sólo aquellos que trabajan en el servicio courier) fue disminuyendo conforme disminuía la cantidad de prestadores a lo largo de los años 1997-2002.

En el año 2003, sin embargo, a pesar de que hay una leve recuperación en el índice de registros de prestadores, el nivel de empleo siguió reduciéndose. Y esta misma situación volvió a ocurrir al año siguiente, aunque el aumento en el registro de prestadores fue de sólo una unidad más.

Pero a partir del año 2005, esta tendencia se revirtió en ambos sentidos. O sea, comenzaron a descender los prestadores registrados (tal como lo observamos antes) y, en cambio, a incrementarse la cantidad de empleados.

Esto es lo que dice el *Informe Anual del Mercado Postal 2006*, bajo el título “*Registro de Operadores Postales*”, en sus páginas 75 y 76 respecto del empleo:

La situación del empleo en la actividad postal, en la aplicación de los procedimientos de la Resolución CNC N° 1811/2005, merece consideraciones especiales.

El empleo no declarado e informal es una de las principales causas de la competencia desleal en el sector.

La ecuación “*más empresa = más empleo*” se contradice con las estadísticas oficiales: desde 1997 a 2004, el porcentaje total de empleo declarado en el mercado postal vino descendiendo a razón de un promedio del cinco por ciento (5%) por año.

A partir de 2005 no sólo se revirtió esa curva decreciente, sino que el nivel de empleo creció un 4,74% crecimiento que muestra continuidad en el 2006, con un 7,0% de incremento.

La ecuación real es, entonces “*mejores empresas*” (grandes, medianas o pequeñas, cada una en su segmento) igual “*más y mejores empleos*”.⁹⁹

Siempre según la misma fuente, en el año 2005, el aumento tanto en uno como en otro sector fue en proporciones similares, ya que en ambos creció más del 4%. Sin embargo, en el año 2006 el incremento del 7% —mencionado en la cita— estuvo influenciado por un aumento del 1,02% del empleo en el Correo Oficial, mientras que la ocupación de los correos privados aumentó en un 11,6%. Y al año siguiente se repitió esta tendencia, aunque el nivel de crecimiento de empleo general fue inferior (6,96%), siendo la contribución del Correo Oficial del orden del 4,60%, y la de los correos privados del 8,60%.

VII.4.3. Cantidad de envíos postales

Los envíos postales en general crecieron hasta el año 2000, cayendo hacia los años 2001 y 2002. Sin embargo, a partir del año 2003 comenzaron nuevamente su ascenso ininterrumpido alcanzando marcas históricas (1.378.900.000 envíos en el año 2007). Parece muy evidente el hecho por el cual este crecimiento se encuentra directamente ligado con la recuperación de la economía nacional, y no tenemos ningún elemento que nos permita contradecirlo. Aunque, y sin realizar un análisis pormenorizado, podríamos señalar que en los años 2005, 2006 y 2007 la participación del Correo Oficial en el mercado indica una clara relación entre la cantidad de envíos y la facturación, al tener ambos un incremento sostenido.

Mientras que en el caso de los prestadores privados su participación en el mercado se elevó de manera desproporcionada, siendo el mayor aumento para la facturación. Sin embargo, las tasas que más incremento tuvieron en estos años en lo que respecta a mercado fueron tasas correspondientes al Correo Oficial, lo que es fácil de explicar dada la dimensión operativa del mismo.

⁹⁹ *Ibid.*, p. 75 y 76.

Respecto a la cantidad de envíos postales al exterior, que incluyen cartas, encomiendas, *mailings*, *couriers*, etc., crecieron durante los años 1997 y 1998 (15.175.383 y 16.963.695 respectivamente) para comenzar su decadencia ininterrumpida en el año 1999 cayendo más de un 40%. La tendencia se invirtió recién a partir del año 2004 realizándose 11.171.344 envíos. Desde ese momento, éstos crecieron sostenidamente durante el período acá analizado.

VII.4.4. Cantidad de envíos courier de salida

El desenvolvimiento de los envíos courier de salida es muy similar al de los envíos postales al exterior. O sea, crecieron durante los años 1997 y 1998, retrayéndose sin pausa entre los años 1999 y 2003. En el año 2004 comenzaron su recuperación. Pero veamos con más detalle qué ocurrió por esos años (nos referimos a los años 2004-2007), ya que el año 2005 es distintivo frente a lo ocurrido con respecto a los envíos postales al exterior.

Como decíamos, los envíos courier de salida se recuperaron en el año 2004, en el cual constituyeron la cantidad de 1.175.785 envíos. En ese año, la participación de los envíos courier de salida con respecto a la actividad postal en su totalidad fue del 0,12%, y esta participación se mantuvo al año siguiente, a pesar de que la cantidad de envíos courier de salida totalizó 1.116.930 (o sea 59.000 envíos menos) cayendo un 5%.

El año 2006 también tiene su marca propia, porque la participación de los envíos courier de salida respecto al mercado postal total perdió dos puntos cayendo al 0,10% y esta caída se profundizó en el 2007 cuando llegó al 0,09%. Y esto es porque en el año 2006 la cantidad de envíos courier al exterior fueron de 1.268.046, y en el 2007, de 1.172.497.

Refiriéndonos, específicamente, a la cantidad de envíos courier de salida realizados por el sector privado sabemos, porque lo hemos analizado anteriormente en el capítulo II.1. “*Origen y definición del servicio courier*”, en su parte 2. “*Definición*”,

que los envíos courier son —según palabras de la CNC en sus informes anuales del mercado postal— una *prestación postal diferencial*. Y que, por tanto, tienen un alto valor comercial. Esto implica que, a pesar de la disminución de la cantidad de envíos courier de salida por parte de los prestadores privados, éstos mantuvieron siempre el dominio del mercado.

En el 2004, 59.000 envíos fueron realizados por el Correo Oficial, mientras que los 1.116.785 restantes fueron hechos por los prestadores privados.

Pero es muy destacable el hecho por el cual, en el año 2005 se observa que los envíos courier de salida realizados por el Correo Oficial aumentaron un 13,56% (totalizando 67.000 envíos), mientras que los envíos realizados a través de los prestadores privados descendieron casi 6%, al enviarse por medio de éstos 1.049.930 piezas.

Ahora bien, los envíos realizados a través del Correo Oficial fueron 66.000 en el año 2006 (o sea que cayeron 1.000 unidades con respecto al año anterior) y 63.000 en el año 2007. Esto corresponde a caídas del 1,49% y 4,55% interanual, respectivamente. Pero los envíos realizados a través de los courier privados fueron 1.202.046 en el año 2006 (o sea que aumentaron 152.116 unidades) y 1.109.497 en el 2007 (disminución de 92.549 unidades), lo que implica una recuperación del 14,49% y una caída del 7,70% interanual, respectivamente.

VII.4.5. Cantidad de envíos courier de entrada

La cantidad de envíos courier de entrada, que comenzaron a considerarse en los reportes de la CNC recién a partir del año 2002, nos muestra cómo disminuyeron entre ese año y el siguiente en 13.439 envíos, siendo las importaciones del 2002 de 601.345 unidades y en el año 2003, de 587.906. Esta disminución muy probablemente tuvo que ver con los últimos coletazos de la crisis vivida en la Argentina, ya que a partir del año

2004, y como consecuencia de la recuperación de la economía nacional, las importaciones aumentaron incesantemente a un promedio superior al 20% interanual.

Es importante considerar lo siguiente: entre el año 2003 y 2004 el aumento fue del 32,82%; entre los años 2004 y 2005, fue del 43,37%; entre lo importado en el año 2005 y lo importado en el año 2006, el aumento fue de tan sólo el 1,50%; y, finalmente, entre el año 2006 y el 2007, el aumento registró un 8,69%.

A los guarismos que nos preceden, podemos ahora desmenuzarlos un poco más diciendo que en todos los años la cantidad de envíos courier de entrada realizados por el sector privado superaron el 80%. Vale decir entonces que más del 80% de los envíos importados fueron realizados por el sector privado. Incluso este aumento fue sostenido desde 2004, en que los prestadores privados importaron casi un 40% más que el año anterior (ingresando al país 656.835 piezas frente a las 473.906 del año anterior). El año 2005 fue aún más auspicioso para los prestadores privados, porque el aumento registrado de importaciones fue del casi 53%, mientras que el Correo Oficial decreció un 6,5% en el mismo período.

En el año 2006, con respecto al anterior, el sector privado tuvo su menor crecimiento entre los años 2004 y 2007, ya que creció apenas un 0,87%, pasando de importar en el año 2006 1.012.297 piezas frente a las 1.003.522 importadas el año anterior. En este mismo período, el Correo Oficial, en cambio, tuvo un crecimiento positivo del casi 7%, importando 124.000 piezas frente a las 116.000 del año anterior.

Por último, en el año 2007 el correo privado creció, en este segmento de envíos, casi un 10%, mientras que el Correo Oficial lo hizo en un 2,42%.

VIII. COMENTARIOS FINALES

Estamos de acuerdo y no queda ninguna duda en que podemos hablar del servicio courier como parte del servicio postal. Al revisar la historia de cómo se fue originando lo que hoy se conoce bajo el nombre de courier, vemos que respondió a aquella definición que indicamos al comienzo de esta tesis: *courier es una persona a quien se le paga para llevar cartas y paquetes directamente desde un lugar a otro.*¹⁰⁰ Esta actividad, así definida, no representa otra cosa más que la actividad postal.

Pero también es necesario reforzar esa idea que hemos mencionado en algunas oportunidades de que se trata de un servicio especial, cuyas características básicas (puerta a puerta, expreso, confiable y cómodo) lo distingue frente a los servicios ordinarios al tener ventajas muy propicias (entre ellas, la rápida adaptación) para momentos (décadas del '80, '90 y '00) donde el desarrollo de la tecnología, la globalización económica, y los cambios en los procesos productivos entre otros, fueron demandando sin consenso.

Claro está, quizás la mayor virtud del servicio courier frente al correo ordinario es que la infraestructura que se encuentra a disposición de su funcionamiento en el país de origen así como también —y ésta es la gran diferencia— en el país de destino, es infraestructura propia. Esto le permite a la empresa responsable tener un gran control sobre la calidad del servicio en general y sobre los tiempos en particular.

Decíamos antes, además, que el servicio courier contó con una rápida capacidad de adaptación a las demandas que, especialmente en la década de los '90, se sucedieron como consecuencia de los cambios tecnológicos y de los procesos productivos. Éste ha sido (y aún es) un rasgo fundamental en la industria. Sobre todo porque, justamente, esa capacidad de adaptación proviene en gran medida de su falta de necesidad de tener que armonizar las distintas infraestructuras mundiales. O mejor dicho aún, porque las distintas infraestructuras de cada país operan según las directivas o mandatos emanados de un poder central, por consiguiente no tienen la necesidad de realizar reuniones

¹⁰⁰ Ver nota al pie número 1.

mundiales para discutir diferentes criterios de armonización y llevarlos a cabo, tal como hacen los correos que se encuentran bajo la órbita de la Unión Postal Universal.

Existe, asimismo, otra característica que debe ser mencionada. Las empresas courier, como entidades privadas, llevan adelante sus servicios únicamente en aquellas regiones donde el negocio es rentable, y si a esto le sumamos su rápida capacidad de adaptación estamos en condiciones de imaginar la agilidad con que las empresas pueden abandonar una región que dejó de ser rentable y abordar otra que comenzó a serlo.

Ahora bien, esta característica, que es una ventaja en términos empresariales, en cambio es una desventaja en términos de comunicación con sus consecuentes perjuicios socio-culturales y económicos. Porque la ausencia de la empresa implica la ausencia de un servicio que permitiría, por ejemplo, el desarrollo de una actividad productiva regional con proyección nacional e internacional. Esto, a su vez, generaría una dinámica comercial local que incrementaría el empleo multiplicando las necesidades sociales y culturales.

Trasladándonos al ámbito local, hemos comprobado cómo los cambios en la industria postal han sido simultáneos con los cambios que se iban dando en el mundo. El servicio postal ha sido desde sus orígenes un servicio prestado por el Estado, porque inicialmente lo que se trasladaba eran documentos y paquetes oficiales, aunque no tardó mucho en intervenir la empresa privada en la actividad.

Nuestro país, muy joven por cierto, no escapó a esa característica, ya que antes de ser independiente tuvo su servicio como consecuencia del virreinato, aunque fuera muy estimulado a mediados del siglo XVIII por el comerciante Basavilbaso. Posteriormente, habiendo ya logrado su independencia, también cumplió el correo una función oficial. Pero al igual que lo que ocurrió en la historia mundial, no tardó mucho en verse la participación del sector privado.

Esta participación, inclusive, llevó a la concesión del propio Correo Argentino en manos privadas (que en los últimos años se revirtió). Pero vimos entonces cómo, hacia fines de la década del '70 y principios de la del '80, gradual e intensamente se fueron desarrollando las condiciones para que el mercado postal fuera compartido entre el Estado y las empresas privadas, situación que encontró su mayor plenitud durante la Reforma del Estado en la década del '90. Ésta no sólo promovió la proliferación de

empresas privadas, sino también anuló la intervención oficial en la actividad postal con la privatización del correo hacia fines de la década.

En la actualidad, el Correo Oficial fue estatizado y se llevó adelante una política que desestimuló la presencia privada en la actividad postal o, para ponerlo en palabras de la CNC, estimuló la sustentabilidad de las *mejores empresas* y favoreció una competencia genuina del Correo Oficial.

Recordemos la Resolución CNC N° 1811/05 a través de la cual se implementaron nuevos requerimientos que las empresas deben cumplir para solicitar y mantener la inscripción en el RNPS. Entre otras cosas para fomentar el empleo genuino, para combatir los emprendimientos oportunistas e informales, y para asegurarle al Correo Oficial una competencia justa, poniendo énfasis en la revisión de las capacidades económicas, financieras y operativas de los prestadores privados.

No parece equivocarse el gobierno con esta política de *mejores empresas*. Al menos no en lo que a niveles de ocupación se refiere. Vemos cómo el año 2007, respecto a 10 años atrás es decir 1997, tuvo un nivel de empleo similar (de hecho, fue del 87%), mientras que el número de empresas que operaron no llegaron a ser la mitad de las que operaron en 1997.

Es cierto, habría que analizar también las mejoras logradas en otras variables, tales como facturación, calidad de los servicios, cantidad de envíos postales, etc. Pero, en términos generales, daría la impresión de que aquella política de *mejores empresas* está bien orientada y, en este sentido, podemos decir que la resolución anteriormente mencionada ha sido muy útil al permitirle al Estado realizar un control exhaustivo respecto de la composición de las empresas, sus cumplimientos fiscales, sus niveles de calidad, de inversión, etc.

Sin embargo, podríamos considerar la Resolución General AFIP N° 1811/05, por la cual los servicios couriers pueden importar o exportar mercadería en forma simplificada por un valor igual o inferior a los mil dólares, como una medida tendiente a incrementar los ingresos fiscales, cuya justificación habría que encontrarla en el considerable aumento —o no— de los impuestos que ingresan a la DGA como consecuencia de ella.

Y de haber sido considerablemente positivo ese ingreso, habría que contrastarlo entonces con la pérdida de oportunidades que se generan entre las pequeñas y medianas

empresas, que ya no tienen acceso al mercado mundial como consecuencia de la nueva norma. En cambio, si el objetivo de la misma ha sido aumentar los controles aduaneros al obligar a un mayor segmento de envíos a someterse a los trámites e inspecciones de los despachos formales, consideramos que existen hoy en día los avances tecnológicos necesarios que permitan llevar a cabo dicho control, preservando la agilidad y los bajos costos del despacho simplificado, más aún si tenemos en cuenta las distintas manifestaciones de voluntad en este aspecto de la CAPSIA.

Hemos de recordar que si queremos promover el desarrollo de las pequeñas y medianas empresas, las cuales importan insumos que forman parte de productos nacionales para el consumo (y por qué no para ser exportados posteriormente) y otras exportan mercadería de producción nacional en pequeñas cantidades a distintos lugares del mundo, hace falta allanarles el engorroso y costoso camino del comercio exterior agilizando los trámites correspondientes e instrumentando las medidas necesarias que permitan mecanismos de comercialización de fácil acceso y bajo costo a nivel internacional.

Es sabido que las empresas argentinas tienen la desventaja comparativa de estar localizadas en una región del mundo alejada de los principales centros económicos. Sobre todo las pequeñas y medianas empresas, a quienes les es muy difícil afrontar los costos de colocar sus productos en el mercado externo. Pero cuentan con ventajas competitivas tales como los bajos salarios (en términos relativos) y mano de obra calificada.

Estas ventajas, con la ayuda de los avances tecnológicos, permiten producir bienes y servicios de alta calidad y bajo costo, o sea de características similares a los producidos en cualquier otra parte del mundo.

Si se aplican políticas que faciliten y favorezcan el desarrollo del comercio exterior, sumado a los beneficios que hoy en día ofrecen las comunicaciones (en especial internet) y el transporte, se promoverá la participación de esos bienes y servicios en condiciones competitivas en los principales mercados mundiales.

CUADRO SINÓPTICO DE LAS PRINCIPALES NORMAS

| Año | Ley | Descripción | Decreto | Descripción | Resolución | Descripción |
|------|-------|--|---------|--|----------------|--|
| 1972 | 19654 | Creación ENCOTEL. | | | | |
| 1973 | 20216 | Sustituyo Ley 816/1876 y admite bajo circunstancias especiales la intervención de terceros en la prestación de servicios postales. | | | | |
| 1974 | | | 151 | Reglamentario de la Ley de Correos 20216/73. | | |
| 1975 | 21138 | Moficia art. 2° Ley 20216/1973. | | | | |
| 1979 | 22005 | Moficia art. 4° Ley 20216 comenzando apertura de intervención privada. | 1220 | Modificaciones al Dec. 151/74. | ENCOTEL 2261 | Reglamentación de autorización para la ejecución del servicio postal de envíos nacionales por prestadores privados en el ámbito nacional a clientes habituales. |
| 1980 | | | | | ENCOTEL 1955 | |
| 1981 | 22415 | Ley en la que se basa el Código Aduanero. | | | ENCOTEL 1801 | Idem. Anterior + clientes "no" habituales. |
| 1982 | | | | | ENCOTEL 338 | Autorización para que empresas privadas realizaran la operatoria nacional de envíos internacionales. |
| | | | | | ENCOTEL 1507 | Autorización para que empresas privadas realizaran envíos internacionales usando el servicio de ENCOTEL. Excepto en los casos en que el origen/destino no estuviera cubierto por mencionada empresa. |
| 1983 | | | | | ENCOTEL 2422 | Reglamento de los Servicios Postales a Cargo de Terceros y de las Autorizaciones. |
| 1984 | | | | | ENCOTEL 2323 | Suspensión de lo dispuesto en la Resolución N° 1507 por la que había que usar ENCOTEL cuando esta empresa cubre el servicio puerta a puerta internacional requerido. |
| 1985 | | | | | | |
| 1986 | | | | | ENCOTEL 1262 | Autorización definitiva a las permisionarias (empresas privadas) para operar internacionalmente sin necesidad de acudir a ENCOTEL. |
| 1987 | | | 1842 | Desmonopolización de los servicios públicos. | | |
| 1988 | | | | | ENCOTEL 1241 | Reglamento de los servicios postales a Cargo de terceros y de las autorizaciones en el orden interno. |
| | | | | | ENCOTEL 1422 | Reglamento de los servicios postales a Cargo de terceros y de las autorizaciones en el orden internacional. |
| 1989 | 23696 | Reforma del Estado. | | | | |
| 1990 | | | | | ENCOTEL 1167 | Aplicación régimen de bonificaciones progresivas. |
| 1991 | | | | | ENCOTEL 1175 | Se deja sin efecto el canon postal que se aplicaba sobre los envíos internacionales de llegada exclusivamente. |
| 1992 | | | 214 | Creación de la CNCT y ENCOTESA. | | |
| 1993 | | | 1187 | Supresión del monopolio postal estatal, desregulación del servicio y sus tarifas y creación RNPS. Supresión de la tasa postal. | | |
| | | | 2247 | Modifica el decreto 1187. | | |
| 1996 | | | 1156 | Creación de la AFIP (fusión bajo este nombre de la ANA y la DGI). | ANA 2436 | Aprobación de normas relativas a la importación y exportación de mercaderías por parte de las empresas PSP/Courier. |
| 1997 | | | 80 | Creación de la CNC (reemplazando a la CNCT). | Gral AFIP 13 | Extensión del Régimen Simplificado a la Aduana de Iguazú. |
| | | | 115 | Nuevo marco normativo que rige el sector postal. | Gral. AFIP 26 | Normas complementarias para simplificar el régimen. |
| | | | 265 | Licitación de ENCOTESA. | | |
| | | | 618 | Creación de la DGA y DGI. | | |
| | | | 855 | Tratamiento simplificado aduanero para exportaciones en determinadas aduanas del país. | | |
| 1998 | | | | | Gral. AFIP 302 | Extensión del Régimen Simplificado fuera de las zonas establecidas por la Res. Gral. 26/97. |
| 1999 | | | 161 | Establecimiento de un régimen simplificado opcional de importación definitiva y tributo único. | Gral. AFIP 503 | Señala la no intervención de despachantes de aduana como característica particular del Régimen Simplificado. |
| 2000 | | | | | ANA 845 | Aprobación de instrucciones operativas para el registro en el SIM de mercaderías de importación bajo el RPSP. |
| 2002 | | | | | CNC 1409 | Se establecieron las condiciones para inscribirse y mantener la inscripción en el RNPS. |
| 2003 | | | 1075 | Rescisión del contrato de concesión del CORREO ARGENTINO. | | |
| 2004 | | | 721 | Constitución de CORASA. | CNC 3350 | Suspensión de recepción y tramitación de solicitudes de inscripción y reinscripción en el RNPS. |
| 2005 | | | | | AFIP 1811 | Se determina en u\$s 1000 el valor FOB máximo por remitente/destinatario para exportar e importar mercaderías bajo el Régimen Simplificado. |
| | | | | | CNC 1811 | Requerimientos para solicitudes de inscripción y mantenimiento en el RNPS. |

ABREVIATURAS

| | |
|----------|---|
| AICD | Agencia Interamericana para la Cooperación y el Desarrollo |
| AFIP | Administración Federal de Ingresos Públicos |
| ANA | Administración Nacional de Aduanas |
| CA | Código Aduanero |
| CAPSIA | Cámara Argentina de Prestadores de Servicios Internacionales Aeroexpresos |
| CERA | Cámara de Exportadores de la República Argentina |
| CIRA | Cámara de Importadores de la República Argentina |
| CNC | Comisión Nacional de Comunicaciones |
| CNCT | Comisión Nacional de Correos y Telégrafos |
| CORASA | Correo Oficial de la Republica Argentina Sociedad Anónima |
| DGA | Dirección General de Aduanas |
| DGI | Dirección General Impositiva |
| ENCOTEL | Empresa Nacional de Correos y Telégrafos |
| ENCOTESA | Empresa Nacional de Correos y Telégrafos Sociedad Anónima |
| EUA | Estados Unidos de America |
| OCA | Organización Coordinadora Argentina |
| OMA | Organización Mundial de Aduanas |
| ONU | Organización de las Naciones Unidas |
| PEN | Poder Ejecutivo Nacional |
| PSP/C | Prestadores de Servicios Postales/Courier |
| RPSP | Registro de Prestadores de Servicios Postales |
| RNPSP | Registro Nacional de Prestadores de Servicios Postales |
| SIM | Sistema Informático María |
| SIRVE | Sistema Inteligente de Registro y Verificación de Envíos |
| SPB | Servicio Postal Básico |
| SPU | Servicio Postal Universal |
| UPAEP | Unión Postal de las Américas, España y Portugal |
| UPU | Unión Postal Universal |

ANEXOS

Decreto 1187/93 (Boletín Oficial N° 27.660, 16/6/93)

Régimen Postal. Registro Nacional de Prestadores de Servicios Postales. Publicidad del Servicio y Responsabilidad Frente al Cliente. Disposiciones Generales.

Buenos Aires, 10/6/93

VISTO las leyes Nros. 20.216, 21.138, 22.005 y 23.696 y los Decretos Nros. 151 del 16 de enero de 1974, 1.842 del 19 de noviembre de 1987, 1.105 del 24 de octubre de 1989, 2.284 del 31 de octubre de 1991, 214 del 4 de febrero de 1992, 2.792 del 29 de diciembre de 1992 y 1.163 del 4 de junio de 1993 y;

CONSIDERANDO:

Que la Ley N° 20.216 y sus modificatorias regulan lo concerniente a la prestación del servicio de correos.

Que la Ley N° 22.005, modificatoria de la Ley N° 20.216, introduce la posibilidad de que la Administración de Correos encargue a particulares la prestación de servicios que hasta ese momento se hallaban reservados con exclusividad a dicho ente, comenzando de esta manera un proceso de apertura del mercado de Correos que permitió el establecimiento y la actuación de prestadores privados.

Que ya el Decreto N° 1.842/87 había establecido un régimen de desmonopolización de los servicios públicos prestados por las empresas estatales, manifestando en sus considerandos que el mantenimiento de monopolios estatales en el área de los servicios y bienes destinados al público ha perdido todo sustento fáctico, puesto que obra en detrimento del bienestar público y del desarrollo económico, tecnológico y social de la Nación.

Que este inicio de apertura en el mercado de actividades postales permitió que se desarrollara una amplia actividad privada con variedad de prestadores y servicios, contribuyendo positivamente a la mejora de los servicios postales en general.

Que esa medida permitió el establecimiento de empresas privadas tanto de capitales nacionales como extranjeros, con una considerable mejora de los servicios de correos y con el desarrollo de modalidades que eran desconocidas hasta ese momento en el mercado argentino.

Que las modificaciones introducidas en cuanto a la desmonopolización de los servicios permitieron, asimismo, la apertura de nuevas fuentes de trabajo, creando oportunidades

para que los trabajadores de las empresas estatales y de otros sectores de la actividad económica sean asimilados por estructuras más dinámicas y productivas, con la consiguiente mejora de las perspectivas, condiciones de trabajo y desarrollo personal.

Que las comunicaciones en general, y las involucradas en el sector de correos en particular, han tenido un desarrollo y una tecnificación que el legislador en su oportunidad no pudo considerar.

Que las mencionadas modificaciones de la legislación delinearon un proceso que avanzó hacia la apertura y la desregulación, el que se ve complementado y perfeccionado en el presente.

Que el Decreto N° 2.284/91 de desregulación económica, en su Artículo 117 inciso d), instruye la aplicación de las normas del mismo al servicio de correos.

Que con la adecuación de las normas que rigen el mercado de servicios postales a lo dispuesto en el decreto de desregulación se da integralidad y complementa el proceso de apertura y desregulación iniciado con el dictado de la Ley N° 22.005 y las normas que la siguieron.

Que la supresión del cobro de la tasa postal, dada la desregulación y desmonopolización de la actividad, reduce en un alto grado la presión tributaria que se ejercía sobre los prestadores privados, bajando los costos de los mismos y permitiéndoles volcar mayores recursos a la tecnificación y modernización de sus servicios, así como una baja en los costos de los mismos para los clientes de servicios postales, equivalente a UN (1) porte postal por envío.

Que no parece lógico que las empresas prestatarias de servicios postales tengan distintas obligaciones tributarias que las existentes para otras actividades económicas y que surgen de la legislación tributaria general.

Que los servicios postales tienen un alto grado de incidencia en los costos operativos de las empresas y en la formación de precios, por lo que resultan evidentes las ventajas de una reducción de costos en esos rubros.

Que la libertad tarifaria y de las modalidades de los servicios postales complementadas con una real desmonopolización y efectiva competencia, permitirá a los prestatarios de esos servicios brindar alternativas de modalidades y costos que anteriormente no podían ofrecer, y a los clientes la elección del prestador que mejores condiciones les brinde.

Que permitir a toda persona física o jurídica el transporte y distribución de su propia correspondencia resulta lo más adecuado en un mercado desregulado y abierto como el que se propicia por el presente.

Que la EMPRESA NACIONAL DE CORREOS Y TELEGRAFOS SOCIEDAD ANONIMA debe prestar servicios postales de carácter universal, por lo cual corresponde una compensación por parte del TESORO NACIONAL para afrontar los costos derivados de los mismos.

Que a los fines del control de los servicios de los prestadores y para su correcta identificación es conveniente la instrumentación de un Registro Nacional de Prestadores de Servicios Postales, el que no debe constituirse en una barrera al ingreso de empresas, sino que debe ser el instrumento idóneo para que el Estado, a través de la COMISION NACIONAL DE CORREOS Y TELÉGRAFOS, ejerza la policía de la actividad.

Que las medidas adoptadas en el presente deben enmarcarse en el proceso de Reforma del Estado y desregulación que el Gobierno está llevando adelante.

Que, por medio del Decreto N° 214/92, el Gobierno Nacional inició el proceso de transformación del mercado de servicios postales, en particular de sus aspectos institucionales, al disponer la creación del ente regulador de la actividad y de una sociedad anónima para la prestación de los servicios anteriormente a cargo de la EMPRESA NACIONAL DE CORREOS Y TELEGRAFOS.

Que la adopción por el presente de un marco regulatorio competitivo y abierto para la actividad postal hace necesario ajustar y modificar varios de los aspectos transitoriamente normados por los Decretos Nros. 214/92, 2.792/92 y 1.163/93.

Que el Artículo 5° del Decreto N° 214/92 instrúa al MINISTERIO DE ECONOMIA Y OBRAS Y SERVICIOS PUBLICOS a elevar a la consideración del PODER EJECUTIVO NACIONAL un proyecto de marco regulatorio de la actividad postal, el que debe ajustarse a los fines desregulatorios y de desmonopolización contemplados en la Ley N° 23.696 de Reforma del Estado.

Que, a tal fin, el Artículo 10 de la Ley N° 23.696 autoriza al PODER EJECUTIVO NACIONAL a disponer cuando fuere necesario la exclusión de todos los privilegios y/o cláusulas monopólicas y/o prohibiciones discriminatorias aun cuando derivaren de normas legales en tanto obsten a los objetivos de la privatización o impidan la desmonopolización o desregulación del respectivo servicio.

Que el presente se dicta en uso de las atribuciones antes mencionadas y de las que surgen del Artículo 86, inciso 2) de la Constitución Nacional.

Por ello,

EL PRESIDENTE
DE LA NACION ARGENTINA
DECRETA:

CAPITULO I: DEL REGIMEN POSTAL

Artículo 1°- Suprímese el monopolio postal. El mercado postal local e internacional será abierto y competitivo.

Art. 2°- Las empresas que operen en el mercado postal local e internacional están sujetas al pago de los impuestos establecidos por la legislación tributaria general.

Suprímese la tasa postal establecida en el Artículo 4° de la Ley N° 20.216, modificada por el Artículo 1° de la Ley N° 22.005.

Art. 3°- Las empresas que operen en el mercado postal local e internacional podrán fijar con total libertad la dotación de personal, los equipos, medios de transporte locales que requieran para su actividad, quedando los mismos únicamente regulados por las normas de carácter general que en cada caso corresponda aplicar.

Los precios y servicios del mercado postal local e internacional se pactarán libremente entre las partes, sin intervención de la autoridad pública.

En todo el territorio de la REPUBLICA ARGENTINA la EMPRESA NACIONAL DE CORREOS Y TELEGRAFOS SOCIEDAD ANÓNIMA (ENCOTESA) prestará sin exclusividad y en forma obligatoria el servicio postal universal de correspondencia simple interprovincial, de un peso de hasta VEINTE (20) gramos, por unidad, a un precio no superior de UN PESO (\$1).

El Sector Público Nacional y la MUNICIPALIDAD DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES, deberán contratar con la EMPRESA NACIONAL DE CORREOS Y TELÉGRAFOS SOCIEDAD ANÓNIMA (ENCOTESA) la prestación de los servicios postales, excepto cuando la mencionada empresa manifieste expresamente la imposibilidad de prestarlos. Cuando estos servicios estuvieren contratados con otras empresas de servicios postales a la fecha del presente Decreto, los entes públicos mencionados deberán aplicar las cláusulas contractuales de rescisión, si las hubiere; en caso contrario la obligación de contratar con el correo oficial regirá al vencimiento de los contratos indicados.

Art. 4°- Defínese a los fines de este decreto como actividad del mercado postal, a las actividades que se desarrollen para la admisión, clasificación, transporte, distribución y entrega de correspondencia, cartas, postales impresos, encomiendas de hasta CINCUENTA (50) kilogramos, que se realicen dentro de la REPUBLICA ARGENTINA y desde o hacia el exterior. Esta definición incluye la actividad desarrollada por los llamados «courriers», o empresas de «courriers» y toda otra actividad asimilada o asimilable.

Art. 5°- Toda persona de existencia visible o ideal podrá transportar y entregar su propia correspondencia.

Art. 6°- Toda empresa que realice actividad postal, dentro de la REPUBLICA ARGENTINA y desde y/ o hacia el exterior, incluyendo las que tengan actividad de «courriers», podrán derivar sus encomiendas y/o envíos directamente y sin necesidad de paso por los depósitos de la jurisdicciones aeroportuarias, a depósitos fiscales habilitados por la ADMINISTRACION NACIONAL DE ADUANAS fuera de la jurisdicción de los aeropuertos.

Art. 7°- Conforme a lo dispuesto en el Artículo 10 de la Ley N° 23.696, la desregulación y desmonopolización de la actividad postal implica la exclusión de las disposiciones contenidas en los artículos 2°, 3°, 4°, 5°, 9°, 10, 25, 36, 37, 38, 42, de la

Ley N° 20.216, modificada por las Leyes Nros. 21.138 y 22.005; las partes pertinentes de sus decretos reglamentarios, las resoluciones de ENCOTEL N° 1.241/88 y 1.422/88 y toda otra norma que se oponga a las disposiciones del presente decreto.

Art. 8°- La EMPRESA NACIONAL DE CORREOS Y TELÉGRAFOS SOCIEDAD ANÓNIMA (ENCOTESA) percibirá anualmente una compensación, a cargo del TESORO NACIONAL, por la prestación de servicios postales de carácter universal, la que guardará relación con el importe total del Impuesto al Valor Agregado que por venta de servicios postales sea declarado por las empresas inscriptas en el Registro creado en el presente Decreto, correspondiente al año calendario inmediato anterior. EL MINISTERIO DE ECONOMÍA Y OBRAS Y SERVICIOS PUBLICOS fijará la mencionada compensación. Lo dispuesto en este artículo regirá a partir del 1° de enero de 1994.

Art. 9°- Los créditos en favor de la EMPRESA NACIONAL DE CORREOS Y TELEGRAFOS (ENCOTEL) que resulten de la aplicación del Artículo 3° del Decreto N° 624/93 serán pagados a la EMPRESA NACIONAL DE CORREOS Y TELEGRAFOS SOCIEDAD ANONIMA (ENCOTESA), por la SECRETARIA DE HACIENDA del MINISTERIO DE ECONOMIA Y OBRAS Y SERVICIOS PUBLICOS, con la imputación presupuestaria correspondiente, en DOCE (12) cuotas iguales y consecutivas a partir de SESENTA (60) días hábiles de la vigencia del presente, pudiendo acreditarse a cuenta los montos que la autoridad de aplicación estime razonables.

La EMPRESA NACIONAL DE CORREOS Y TELEGRAFOS SOCIEDAD ANONIMA (ENCOTESA) no prestará servicios a los entes u organismos que incurran en mora en el pago de los mismos.

CAPITULO II: DEL REGISTRO NACIONAL DE PRESTADORES DE SERVICIOS POSTALES

Art. 10°- Créase el Registro Nacional de Prestadores de Servicios Postales, el que estará a cargo de la COMISION NACIONAL DE CORREOS Y TELEGRAFOS. Hasta tanto la Comisión haya constituido sus estructuras y esté en condiciones de llevarlo, el mencionado registro estará a cargo de la EMPRESA NACIONAL DE CORREOS Y TELEGRAFOS (ENCOTEL).

Toda persona de existencia ideal que desee transportar y/o entregar correspondencia de terceros, ya sea como actividad principal o accesorio, en forma regular u ocasional, nacional y/o internacional, deberá inscribirse en el Registro Nacional de Prestadores de Servicios Postales.

Art. 11°- Son condiciones para inscribirse y para mantener la inscripción en el registro como prestador de Servicios Postales:

- a) Acreditar la constitución de la persona jurídica.

- b) Acreditar la inscripción como contribuyente de los impuestos nacionales con la Clave Unica de Identificación Tributaria, en el Sistema Unico de la Seguridad Social y como contribuyente de los tributos provinciales y municipales correspondientes.
- c) Constituir un domicilio en la Capital Federal, en el que serán válidas todas las notificaciones que se le cursaren como consecuencia de su inscripción.
- d) Indicar las condiciones y calidad del servicio postal que prestará a sus clientes.
- e) Indicar la nómina de la totalidad de los integrantes de sus órganos de administración y control.
- f) Acreditar el pago del derecho a inscripción al Registro que se fija en CINCO MIL PESOS (\$ 5.000) anuales, los que ingresarán al TESORO NACIONAL en concepto de “renta postal”.

El incumplimiento de las obligaciones fiscales, sociales y previsionales será causal de baja del Registro Nacional de Prestadores de Servicio Postales.

Art.12°- La solicitud de inscripción deberá presentarse por escrito ante la COMISION NACIONAL DE CORREOS Y TELEGRAFOS, suscripta por su representante legal o apoderado, según el caso.

La presentación implicará la aceptación sin reserva alguna de la presente norma y tendrá el carácter de declaración jurada. Deberá asimismo contener la manifestación expresa de que la presente no se encuentra incluida en las inhabilidades previstas en los artículos siguientes. Esta manifestación deberá ser suscripta también por la totalidad de los integrantes de sus órganos de administración y control.

Art. 13° -Tendrán inhabilitación especial para ser Prestadores de Servicios Postales aquellas personas de existencia ideal en cuyos órganos de administración o control haya alguna persona que hubiere integrado órganos de administración o control de personas ideales que hayan sido condenadas por los delitos previstos en los Artículos Nros. 153, 154, 155, 156, 157, 194, 197, 254, 255, y 288 del Código Penal, por el doble de plazo de su condena o por el plazo de su inhabilitación, para el caso de que la hubiera, la que fuera mayor.

Art. 14°- Las empresas inscriptas deberán presentar, de acuerdo a lo que fije la reglamentación, una declaración jurada informando el monto total que, en concepto de Impuesto al Valor Agregado por ventas de servicios postales hayan declarado a la autoridad impositiva.

Cumplidos los requisitos previstos precedentemente, se concederá automáticamente la calidad de Prestador de Servicios Postales.

La COMISION NACIONAL DE CORREOS Y TELEGRAFOS deberá expedirse dentro de los DIEZ (10) días a contar de la fecha de presentación. Su silencio se considerará aceptación de la inscripción con todos sus efectos.

La EMPRESA NACIONAL DE CORREOS Y TELEGRAFOS SOCIEDAD ANONIMA (ENCOTESA) no deberá inscribirse en el Registro Nacional de Prestadores de Servicios Postales, ni le serán de aplicación las disposiciones respectivas del presente.

Art. 15º- Las empresas permissionarias que, a la fecha del presente, se encuentren operando en el mercado postal, quedarán automáticamente inscriptas en el Registro Nacional de Prestadores de Servicios Postales. Dentro de los SESENTA (60) días, a partir de la publicación del presente, deberán cumplir los requisitos previstos en este decreto que anteriormente no hubieren cumplido. La continuación de la prestación de servicios por las mismas a partir de la fecha de publicación del presente decreto implicará la aceptación sin reserva alguna de esta norma en los términos del Artículo 12.

CAPITULO III PUBLICIDAD DEL SERVICIO Y RESPONSABILIDAD FRENTE AL CLIENTE

Art. 16º- Los Prestadores de Servicios Postales privados estarán sujetos al cumplimiento de lo dispuesto en el Artículo 6º de la Ley Nº 20.216 y en ningún caso podrán prestar al cliente un servicio inferior al descrito en su solicitud de inscripción.

La EMPRESA NACIONAL DE CORREOS Y TELEGRAFOS SOCIEDAD ANONIMA (ENCOTESA) y los Prestadores de Servicios Postales Privados, en materia de responsabilidad, estarán exclusivamente sujetos a lo dispuesto en la Ley Nº 20.216, salvo que medie pacto expreso con el cliente que amplíe dicha responsabilidad.

Es obligación del Prestador de Servicios Postales informar al cliente por escrito sobre la calidad del servicio que se compromete a prestar.

En ningún caso el Estado Nacional será responsable por las obligaciones que deje de cumplir el Prestador de Servicios Postales.

La falta de cumplimiento respecto de uno o varios clientes de las condiciones de calidad y servicio postal indicados en el momento de su inscripción, o posteriormente, o del pactado, acarreará la aplicación de las siguientes sanciones que graduará la COMISION NACIONAL DE CORREOS Y TELEGRAFOS:

- a) Suspensión de las actividades de TRES (3) días a SESENTA (60) días.
- b) Multa de entre MIL PESOS (\$ 1.000.-) VEINTE MIL PESOS (\$ 20.000.-)
- c) Exclusión del registro: lo que implicará la inhabilitación por el plazo de CINCO (5) años para inscribirse como prestador de servicios postales.

La sanción del inciso b) podrá ser aplicada en conjunto con las de los incisos a) y c)

Art.17º- La COMISION NACIONAL DE CORREOS Y TELEGRAFOS será la autoridad encargada de ejercitar la función de Policía en materia postal y telegráfica, con el objeto de proteger los derechos del consumidor, la vigencia de una efectiva competencia y las normas de lealtad comercial.

Recibirá las denuncias que realicen los clientes, las investigará y resolverá sobre la aplicación de las sanciones que correspondieran.

CAPITULO IV DISPOSICIONES GENERALES

Art. 18º- EL MINISTERIO DE ECONOMÍA Y OBRAS Y SERVICIOS PUBLICOS será la Autoridad de Aplicación, interpretación y reglamentación del presente decreto.

Art. 19º- Derógase el Decreto N° 214/92, a excepción de sus Artículos 2º, 6º, 7º, 9º, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22 y 24.

Derógase el tercer párrafo del Artículo 10 del Decreto N° 214/92, sin perjuicio de la aplicación del Artículo 19 de la Ley N° 23.696.

En un plazo de NOVENTA (90) días, la COMISION NACIONAL DE CORREOS Y TELEGRAFOS elevará al MINISTERIO DE ECONOMIA Y OBRAS Y SERVICIOS PUBLICOS, para su consideración, un proyecto de organización institucional y reglamentaria de la mencionada Comisión ajustada a los principios y objetivos del presente.

Agrégase al Artículo 41 del estatuto social de la EMPRESA NACIONAL DE CORREOS Y TELEGRAFOS SOCIEDAD ANONIMA (ENCOTESA), que fuera aprobado como Anexo I del Decreto N° 2.793/92 y modificado por el Decreto N° 624/93, el siguiente párrafo: “Durante el mismo período, la Sindicatura estará integrada por un solo miembro”.

Art.20º.- Deróganse los Artículos 6º, 14 incisos e) y f), 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 27, 28, 30 y 31 del Decreto N° 2.792/92.

En aquellos Artículos del Decreto N° 2.792/92 donde se haga mención a licenciatarias o permisionarias, deberá entenderse prestadora de servicios postales.

Deróganse los Artículos 4º y 5º del Decreto N° 1.163/ 93.

Art. 21º- La EMPRESA NACIONAL DE CORREOS Y TELEGRAFOS (ENCOTEL) cobrará las deudas que en concepto de tasa postal, quedaren como remanentes a la fecha de vigencia del presente. Asimismo, la DIRECCION GENERAL IMPOSITIVA auditará la recaudación realizada en concepto de tasa postal, cotejando la información que deberá proveerle la EMPRESA NACIONAL DE CORREOS Y TELEGRAFOS (ENCOTEL) con la que ella posee, a los efectos de que ésta última cobre las diferencias que pudieren existir.

Art. 22°- Los usuarios de los servicios regulares con contratos pactados con anterioridad y con prestaciones a cumplirse con posterioridad a la vigencia del presente, podrán exigir de los permisionarios o licenciarios, una reducción equivalente a UN (1) porte postal, por cada envío efectivamente abonado.

Art. 23°- Dése cuenta a la COMISION BICAMERAL del HONORABLE CONGRESO DE LA NACION, creada por el Artículo 14 de la Ley N° 23.696.

Art. 24°- El presente decreto entrará en vigencia el primer día del mes posterior a su publicación.

Art. 25°- Comuníquese, publíquese, dése a la Dirección Nacional del Registro Oficial y archívese. – MENEM – Domingo F. Cavallo.

Texto digitalizado y revisado de acuerdo al original del Boletín Oficial, por el personal del Centro de Información Técnica de la Comisión Nacional de Comunicaciones.

Decreto 115/97 (Boletín Oficial N° 28.581, 7/2/97)**Establécese el marco normativo que regirá al sector postal, así como el desarrollo de esta actividad**

Buenos Aires, 5/2/97

VISTO lo dispuesto por el artículo 42 de la CONSTITUCION NACIONAL, la Ley de Correos N° 20.216 y los Decretos Nros. 214/92 de Transformación del Sector Postal, 2792/92 de creación de la ex- COMISION NACIONAL DE CORREOS Y TELEGRAFOS modificado por su similar 1163/93, y 1187/93 de Desregulación de la Actividad Postal y su modificatorio 2247/93, y

CONSIDERANDO:

Que la norma constitucional citada en el Visto establece que las ". . . autoridades proveerán a la protección de. . ." los derechos de los usuarios y consumidores, "...a la defensa de la competencia contra toda forma de distorsión de los mercados, al control de los monopolios naturales y legales, al de la calidad y eficiencia de los servicios públicos...", con la finalidad de garantizar la libertad de elección de los consumidores en cuanto a la prestación de servicios, lo que se obtiene en mercados competitivos.

Que la normativa citada en el Visto juntamente con el espíritu de la Ley de Defensa de la Competencia N° 22.262; la Ley de Defensa del Consumidor N° 24.240, del Decreto N° 2284/91-ratificado por Ley N° 24.307 y de la Ley N° 24.425, así como las resoluciones dictadas por la ex- COMISION NACIONAL DE CORREOS Y TELÉGRAFOS, constituyen el plexo normativo de la actividad postal tanto privada como oficial.

Que similares principios animan las disposiciones que sobre el particular contiene el Acuerdo General sobre Comercio de Servicios de la ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL COMERCIO subscripto por la REPÚBLICA ARGENTINA y aprobado por Ley N° 24.425, el que, con los alcances del artículo 75, inciso 22 de la CONSTITUCIÓN NACIONAL, establece un "... marco multilateral de principios y normas para el comercio de servicios con miras a la expansión de dicho comercio y de condiciones de transparencia y de liberalización progresiva y como medio de promover el crecimiento económico de todos los interlocutores comerciales y el desarrollo de los países en desarrollo...", tal como lo expresan los considerandos del citado acuerdo, especialmente en la Parte III, artículo 16, referida a los Accesos a los Mercados de Servicios y el artículo 6° referido a Reglamentación Nacional.

Que en el referido Acuerdo General de Servicios, se establece para el comercio de servicios la obligación de proporcionar acceso ilimitado al mercado y tratamiento nacional a los servicios de courier.

Que la normativa dictada a partir de la transformación del sector iniciada por Decreto N° 214/92 y de la supresión del monopolio dispuesta por Decreto N° 1187/93 y sus modificatorios, avanzó hacia la desregulación de la actividad postal, y el fortalecimiento

de la EMPRESA NACIONAL DE CORREOS Y TELÉGRAFOS S.A. (ENCOTESA), que bajo la denominación de Correo Argentino cumple las funciones de correo oficial.

Que la desregulación de la actividad postal adoptada por el Estado Nacional como política pública, implica la inexistencia de servicios prestados en exclusividad, el derecho al transporte de la propia correspondencia, la libertad de los prestadores en cuanto a la elección de los medios y el derecho de asociación empresaria en el marco de la ley de sociedades comerciales, todo lo cual ha sido comprometido por la REPÚBLICA ARGENTINA ante la ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL COMERCIO, la UNION POSTAL UNIVERSAL y la UNION POSTAL DE AMERICA, ESPAÑA Y PORTUGAL, normas cuya aplicación en lo pertinente el Estado Nacional Argentino garantiza.

Que sin perjuicio de ello, el PODER EJECUTIVO NACIONAL aspira a fortalecer al Correo Argentino, como prestador eficiente de distintos servicios postales, en un todo de acuerdo a las obligaciones asumidas por la República en la UNION POSTAL UNIVERSAL y en la UNION POSTAL PARA AMERICA, ESPAÑA Y PORTUGAL, respecto del servicio universal.

Que en ese sentido, las obligaciones que recientemente asumiera nuestro país con el primero de los organismos internacionales antes citado, han quedado plasmadas en nuestro plexo normativo y plenamente operativas a través de la aprobación de las actas suscriptas en la ciudad de Washington en ocasión de realizarse el XX Congreso de la UNION POSTAL UNIVERSAL mediante la promulgación de la Ley N° 24.200.

Que si bien el Decreto N° 1187/93 establece la obligación a cargo del ente de control de la actividad de velar por la protección de los derechos del consumidor, la vigencia de una efectiva competencia y las normas de lealtad comercial, es necesario establecer medidas en resguardo de la información y buena fe de los consumidores.

Que sin perjuicio de las disposiciones generales contenidas en el Código de Comercio, en las leyes de Sociedades Comerciales, de Cooperativas, de Inversiones Extranjeras, de Reforma del Estado, de Defensa del Consumidor, de Administración Financiera y de los Sistemas de Control del Sector Público Nacional, de Defensa de la Competencia, Ley N° 24.200 aprobatoria de los tratados de la UNION POSTAL UNIVERSAL, y aprobatoria de la constitución del MERCADO COMUN DEL SUR, entre otras, así como de las normas que en razón del grado y la materia dicten la SECRETARIA DE COMUNICACIONES DE LA PRESIDENCIA DE LA NACIÓN y la COMISIÓN NACIONAL DE COMUNICACIONES de su dependencia, es pertinente actualizar y ordenar las normas que conforman el marco normativo del sector postal.

Que, consecuentemente, las facultades del ente de control no deben limitarse a la verificación de las condiciones y calidad del servicio postal, sino que, para una mayor efectividad en la protección de los derechos constitucionales y legales involucrados, resulta necesario incorporar a la normativa, facultades mínimas de información respecto a la capacidad e idoneidad de los prestadores de servicios postales, cumpliendo así un rol preventivo que no puede estar ausente en virtud del interés público comprometido en el servicio postal.

Que a efectos de evitar que los consumidores sean sorprendidos en su buena fe, es necesario que el órgano de control del sector postal, teniendo en cuenta la naturaleza de la actividad, verifique con criterio de razonabilidad que los medios con que cuenta el prestador sean suficientes para cumplir con la calidad de los servicios ofertados, como asimismo que los prestadores exhiban un Certificado de Inscripción que otorgue certeza a los consumidores, informando entre otros extremos, sus radios de acción.

Que a partir de la puesta en funcionamiento de la ex- COMISION NACIONAL DE CORREOS Y TELÉGRAFOS se dictaron numerosas normas que complementan las disposiciones de carácter general, referidas especialmente a la calidad de los servicios postales. así como a cuestiones de procedimiento.

Que, sin perjuicio de lo dispuesto por la ex- COMISION NACIONAL DE CORREOS Y TELÉGRAFOS a través de la Resolución N° 101/94, es necesario incorporar como obligación de los interesados en inscribirse en el registro, que acompañen el certificado de antecedentes penales.

Que es pertinente establecer como obligación del Correo Oficial, además de la carta simple interprovincial, el telegrama simple y el giro postal.

Que a efectos de no tornar ilusorios los requisitos exigidos para inscribirse como prestador de servicios postales, es pertinente que se acredite el mantenimiento de los mismos en forma trimestral, ello como modo de controlar el cumplimiento de las normas impositivas y provisionales, ya que su transgresión constituye una forma de competencia desleal, además de una violación a normas penales.

Que con el distado de esta medida el Gobierno Nacional espera consolidar el mercado competitivo de servicios postales, como mecanismo que garantice a todos los habitantes del territorio nacional servicios postales de alta calidad a precios justos y razonables.

Que en el marco del espíritu de la Ley N° 24.629 de Reforma del Estado, en cuanto a la no superposición de funciones entre organismos estatales, es pertinente que la COMISIÓN NACIONAL DE COMUNICACIONES - como sucesora de la ex - COMISION NACIONAL DE CORREOS Y TELÉGRAFOS - coordine su accionar, en cuanto al control de algunas obligaciones de los prestadores de servicios postales, con la DIRECCIÓN GENERAL IMPOSITIVA, sin perjuicio de lo que disponga la norma que aprueba el estatuto de funcionamiento de la precitada comisión.

Que la presente medida se dicta en uso de las atribuciones conferidas por el artículo 99, incisos 1 y 2 de la CONSTITUCIÓN NACIONAL.

Por ello,

EL PRESIDENTE
DE LA NACIÓN ARGENTINA
DECRETA:

Artículo 1°.- Establécese que la prestación de los servicios postales así como el desarrollo de la actividad postal, se regirá por las siguientes disposiciones:

- a) Ley de Correos N° 20.216, modificada por sus similares Nros. 21.138, 22.005 y 23.066, y sus reglamentaciones, con los alcances establecidos por el artículo 7° del Decreto N° 1187/93;
- b) Ley N° 24.425 aprobatoria del Acuerdo General sobre Comercio de Servicios de la ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL COMERCIO;
- c) Decreto N° 1187/93, con las modificaciones efectuadas por Decreto N° 2247/93 a los artículos 3° y 8°, y por el presente a los artículos 8, 10, 11, 16, 17 y 18; y
- d) Resoluciones Nros. 3/93, 101/94, 111/95, 119/95, 298/95, 1/96, 3/96, 5/96, 6/96, 7/96, 21/96, 65/96, 74/96, 126/96, 172/96, 180/96 y 316/96 dictadas por la ex-COMISION NACIONAL DE CORREOS Y TELÉGRAFOS, cuyas copias certificadas como Anexos I a XVII integran el Presente.

La normativa citada en el presente artículo regirá sin perjuicio de las normas que en uso de sus respectivas competencias dicten la SECRETARIA DE COMUNICACIONES DE LA PRESIDENCIA DE LA NACIÓN y la COMISIÓN NACIONAL DE COMUNICACIONES, de las que rigen el funcionamiento del citado ente de control, y de las que dado el carácter de Correo Oficial de la EMPRESA NACIONAL DE CORREOS Y TELÉGRAFOS S.A. le sean específicamente aplicables.

Art. 2°.- La COMISIÓN NACIONAL DE COMUNICACIONES, como órgano de control del sector postal, en atención a los requisitos exigidos por la normativa para la inscripción en el Registro Nacional de Prestadores de Servicios Postales, coordinará sus actividades con la DIRECCIÓN GENERAL IMPOSITIVA y con los organismos de fiscalización que en razón del sujeto correspondan.

Art. 3°.- Sustitúyese el primer párrafo del artículo 8° del Decreto N° 1187/93 modificado por su similar 2247/93, por el siguiente:

"ARTICULO 8°.- En todo el territorio de la RE PUBLICA ARGENTINA la EMPRESA NACIONAL DE CORREOS Y TELÉGRAFOS S.A. prestará sin exclusividad y en forma obligatoria el servicio postal universal de correspondencia simple interprovincial de hasta VEINTE (20) gramos por unidad a un precio no superior a Pesos UNO (\$ 1.-), los telegramas simples de hasta VEINTE (20) palabras y los giros postales de hasta Pesos UN MIL(\$ 1.000.-)".

Art. 4°.- Incorpórase al artículo 10 del Decreto N° 1187/93, el siguiente párrafo:

"A los efectos de acreditar la condición de Prestador de Servicios Postales, la COMISIÓN NACIONAL DE COMUNICACIONES extenderá un certificado de inscripción en el que se dejará constancia, como mínimo, del número de inscripción del prestador, nombre de la empresa, ámbito geográfico de actuación y número de expediente en el que se dicto la resolución ordenando la inscripción.".

Art. 5°.- Sustitúyese el inciso d) del artículo 11 del Decreto N° 1187/93, por el siguiente:

"d) Indicar el ámbito geográfico en que desarrollará su actividad, las condiciones y calidad del servicio postal que prestará a sus clientes, y los medios de que se valdrá para ello".

Art. 6°. - Incorpórase como inciso g) al artículo 11 del Decreto N° 1187/93 el siguiente:

"g) Acompañar certificado de antecedentes penales expedido por el Registro Nacional de Reincidencia y Estadística Criminal de los integrantes de los órganos de dirección, administración y control de la sociedad."

Art. 7°.- Sustitúyese el último párrafo del artículo 11 del Decreto N° 1187/93, por el siguiente:

"Será sancionado con la baja del Registro Nacional de Prestadores de Servicios Postales, el prestador que no acredite trimestralmente, previa intimación fehaciente por el término de DIEZ (10) días, el cumplimiento de sus obligaciones impositivas, previsionales y sociales, así como los requisitos exigidos por el inciso d) del presente artículo."

Art. 8°.- Sustitúyense los incisos a), b) y c) y el último párrafo del artículo 16 del Decreto N° 1187/93, por los siguientes:

"a) Apercibimiento.

b) Suspensión de las actividades de TRES (3) días a SESENTA (60) días.

c) Multa de entre Pesos QUINIENTOS (\$ 500.-) y Pesos VEINTE MIL (\$ 20.000.-).

d) Exclusión del registro; lo que implicará la inhabilitación por el plazo de CINCO (5) años para inscribirse como prestador de servicios postales.

La sanción del inciso c) podrá ser aplicada en conjunto con las de los incisos b) y d)."

Art. 9°.- Incorpórase como último párrafo al artículo 17 del Decreto N° 1187/93, el siguiente: "Asimismo verificará la correspondencia entre los medios denunciados por el prestador, el área de cobertura, la calidad y las condiciones de servicios ofrecidas a sus clientes."

Art. 10.- Sustitúyese el artículo 18 del Decreto N° 1187/93, por el siguiente:

"ARTICULO 18.- Sin perjuicio de las facultades de Autoridad de Aplicación del presente decreto de la COMISIÓN NACIONAL DE COMUNICACIONES, la SECRETARIA DE COMUNICACIONES DE LA PRESIDENCIA DE LA NACIÓN

dictará los reglamentos generales que sean necesarios para asegurar su correcta aplicación e interpretación."

Art. 11.- Dése cuenta a la Comisión Bicameral del H. CONGRESO DE LA NACION, creada por el artículo 14 de la Ley N° 23.696.

Art. 12.- Comuníquese, publíquese, dése a la Dirección Nacional del Registro Oficial y archívese.

- MENEM. – Roque Fernández

Nota del CIT: El presente Decreto se publico sin Anexos

Texto digitalizado y revisado de acuerdo al original del Boletín Oficial, por el personal del Centro de Información Técnica de la Comisión Nacional de Comunicaciones.

Administración Federal de Ingresos Públicos

ADUANAS

Resolución General 1811

Régimen de Importación Exportación por Prestadores de Servicios Postales PSP/Couriers.

Bs. As., 10/1/2005

VISTO la Actuación N° 13.367 21 04 de la ADMINISTRACION FEDERAL DE INGRESOS PUBLICOS y la Resolución de la ex ADMINISTRACION NACIONAL DE ADUANAS N° 2436 (RGANTI) del 16 de julio de 1996 y modificatorias, relativas a la Importación y Exportación de mercaderías por parte de empresas habilitadas como Prestadores de Servicios Postales PSP/Couriers, y

CONSIDERANDO:

Que se ha realizado un estudio abarcativo de los antecedentes en la materia de las Aduanas de América Latina, España y Portugal, integrantes del Convenio Multilateral de Cooperación, a partir del cual en el marco de las medidas tendientes a la debida actualización que requiere la normativa actual, se considera oportuna la armonización del valor límite para tales envíos a los utilizados en la mayoría de esos países.

Que en general tales regímenes se aplican a envíos que no superan el valor límite de DOLARES ESTADOUNIDENSES UN MIL (U\$S 1.000) y el peso límite de CINCUENTA KILOGRAMOS (50 kg)

Que dentro del escenario económico actual, con la finalidad de fortalecer los controles de estas destinaciones aduaneras y teniendo en miras el logro de un adecuado uso del Régimen que evite su desnaturalización, se hace necesario su actualización y se torna conveniente la actualización e implementación de nuevos circuitos de control informáticos y operativos.

Que esta medida se adopta por razones de mérito, oportunidad y conveniencia.

Que han tomado la intervención que les compete las Direcciones de Asuntos Legales, de Técnica y la Subdirección General de Legal y Técnica Aduanera de la Dirección General de Aduanas.

Que la presente se dicta en uso de las facultades conferidas por el Artículo 7° del Decreto N° 618 de fecha 10 de julio de 1997.

Por ello;

EL ADMINISTRADOR FEDERAL DE LA ADMINISTRACION FEDERAL DE
INGRESOS PUBLICOS

RESUELVE:

Artículo 1° — Los Permisarios de Servicios Postales podrán oficializar la Solicitud de Importación o de Exportación para consumo en forma simplificada, prevista en la Resolución de la ex ADMINISTRACION NACIONAL DE ADUANAS N° 2436 (RGANTI) del 16 de julio de 1996 y modificatorias, siempre que:

a) el valor FOB de las mercaderías a exportarse no exceda los DOLARES ESTADOUNIDENSES UN MIL (U\$S 1.000) para cada remitente del envío; debiendo los Permisarios de Servicios Postales Couriers consignar en la Planilla de Exportación (OM-476) además de los datos vigentes, el nombre y apellido, domicilio, la Clave Unica de Identificación Tributaria (CUIT) o Clave Unica de Identificación Laboral (CUIL) del remitente en orden creciente; y

b) el valor FOB de las mercaderías a importarse, no exceda los DOLARES ESTADOUNIDENSES UN MIL (U\$S 1.000) para cada destinatario; debiendo los Permisarios de Servicios Postales Couriers consignar en la planilla anexa a la Solicitud de Importación Simplificada (OM-1125) además de los datos vigentes, el nombre y apellido, domicilio, y la Clave Unica de Identificación Tributaria (CUIT) o Clave Unica de Identificación Laboral (CUIL) del destinatario en orden creciente.

Art. 2° — La presente entrará en vigencia a partir del DECIMO (10) día hábil, siguiente al de su publicación en el Boletín Oficial.

Art. 3° — Regístrese. Comuníquese. Dése a la DIRECCION NACIONAL DEL REGISTRO OFICIAL para su publicación, publíquese en el Boletín de la DIRECCION GENERAL DE ADUANAS. Cumplido, archívese. — Alberto R. Abad.

Comisión Nacional de Comunicaciones

REGISTRO NACIONAL DE PRESTADORES DE SERVICIOS POSTALES

Resolución 1811/2005

Apruébanse los requerimientos para solicitudes de inscripción y de mantenimiento de inscripción en el mencionado Registro.

Bs. As., 17/5/2005

VISTO el expediente N° 3547 del Registro de la COMISION NACIONAL DE COMUNICACIONES de 2005, y

CONSIDERANDO:

Que el artículo 11 del Decreto N° 1187/93, modificado por Decreto N° 115/97, establece las condiciones para inscribirse y para mantener la inscripción como Prestador de Servicios Postales.

Que, por otra parte, el artículo 17 del citado Decreto N° 1187/93, modificado por Decreto N° 115/97, establece que: "La COMISION NACIONAL DE COMUNICACIONES, será la autoridad encargada de ejercitar la función de policía en materia postal y telegráfica, con el objeto de proteger los derechos del consumidor, la vigencia de una efectiva competencia y las normas de lealtad comercial. (...) Asimismo verificará la correspondencia entre los medios denunciados por el prestador, el área de cobertura, la calidad y las condiciones de servicios ofrecidas a sus clientes".

Que, el artículo 4° de la Resolución SC N° 3123/97 reglamentaria de la norma anteriormente citada, dispone que: "De oficio o a petición de interesado, la Gerencia de Servicios Postales de la COMISION NACIONAL DE COMUNICACIONES procederá a verificar, con criterio de razonabilidad, si los medios con que cuenta un determinado prestador son suficientes para cumplir con la calidad de los servicios ofertados y la zona de prestación anunciada":

Que asimismo, el artículo 6° inciso c') del Decreto N° 1185/90 establece como facultad y deber de la Comisión Nacional de Comunicaciones, entre otras, la de llevar el Registro Nacional de Prestadores de Servicios Postales y resolver el cumplimiento de los estándares mínimos de aptitud y calidad de los servicios postales que se denuncien.

Que, por Resolución CNC N° 3350 de fecha 15/10/2004, se dispuso suspender hasta el 10/12/2004 la recepción y tramitación de solicitudes de inscripción y de reinscripción en el Registro Nacional de Prestadores de Servicios Postales, con el objeto de: a) analizar las acciones tendientes a establecer un régimen de control del servicio postal básico universal adaptado a la nueva situación que plantea el Correo Oficial; b) determinar procedimientos para las indicaciones de las condiciones y calidad de determinados servicios que se consideren críticos; c) profundizar las acciones de

verificación a prestadores inscriptos en orden a lo establecido por el artículo 17 del Decreto N° 1187/93, como así también a aquellas actividades que puedan calificarse como irregulares o fuera de la legalidad en la oferta y prestación de servicios.

Que en lo que hace a las acciones que surgen de lo manifestado por la Resolución CNC N° 3350/04, en el sentido de profundizar las acciones de verificación a prestadores inscriptos en orden a lo establecido por el artículo 17 del Decreto N° 1187/93, esta Comisión Nacional elaboró un nuevo requerimiento de información que se incorporó al tratamiento de las solicitudes de ingreso al mercado postal y que consiste, sustancialmente, en la exposición de un plan de servicio verificable que refleje la consistencia de la información que se denuncia en orden a medios disponibles, calidad, servicios a prestar y ámbito geográfico de actuación que se compromete.

Que para este nuevo temperamento se han tenido especialmente en cuenta también las directrices que se extraen de las decisiones adoptadas por el PODER EJECUTIVO NACIONAL mediante Decretos Nros. 1074 y 1075 del año 2003 y N° 721 del año 2004, que instauran una nueva política respecto de la composición y organización de las denominadas actividades del mercado postal (artículo 4to del Decreto N° 1187/93), las cuales deberán ser reguladas y controladas conforme a pautas superadoras de las imperantes en el pasado.

Que ha sido decisión del PODER EJECUTIVO NACIONAL la de colocar en primer término de las consideraciones en materia postal, la de asegurar el efectivo goce del servicio público básico a toda la población y en todo el territorio nacional, manteniendo un ámbito de competencia de servicios que no deje de considerar la primacía de ese servicio universal que debe garantizar el Estado y que está operativamente a cargo del Correo Oficial.

Que en lo que es propio de esta Autoridad de Aplicación, y conforme los datos que surgen de las propias estadísticas y estructura que presenta a la fecha el mercado postal argentino, estas nuevas orientaciones políticas deberán ser concretadas a través de una revisión en el ejercicio de sus atribuciones, lo que importa propiciar nuevos criterios superadores en orden a la evaluación de los emprendimientos de aquellas empresas que deseen ingresar como también permanecer como prestadores de servicios en el mercado postal.

Que lo expuesto debe entenderse como la razonable exigencia basada en la necesidad que el Estado instrumente una nueva política de control y regulación tendiente a la mejora continua en la calidad global de los servicios ofertados por los operadores, tanto de aquellos que desean ingresar, como los que solicitan permanecer, en un entorno que permita la consolidación del servicio postal universal.

Que, estas consideraciones obligan a un nuevo enfoque en materia de aplicación de normas, y así corresponde que se ejerzan las facultades que surgen de los mencionados artículos 17 última parte del Decreto N° 1187/ 93 y 4° de la Resolución SC N° 3123/97.

Que asimismo, la función de control dentro de un ámbito de competencia, debe empezar por una adecuada información, lo que implica arbitrar los medios que sean necesarios para obtenerla.

Que en tal sentido, y en función de los elementos que se extraen en función de los cursos de acción implementados a posteriori de la suspensión dispuesta por Resolución CNC N° 3350/ 04, se advierte la necesidad de requerir a los interesados en inscribirse y mantener su inscripción en el Registro Nacional de Prestadores de Servicios Postales un requerimiento integral adicional, que permita demostrar a esta Comisión Nacional consistencia del proyecto que sustenta su solicitud en el ejercicio efectivo de la facultad de verificación prevista en el artículo 17 del Decreto N° 1187/93.

Que lo expuesto en el párrafo anterior importa requerir que el interesado proceda a acreditar la consistencia económico-financiera y operativa del proyecto que sustenta su emprendimiento, relacionando de manera integral los distintos requerimientos de información que surgen de los distintos incisos del artículo 11 del Decreto N° 1187/93.

Que de esta manera, las exigencias que se plantean a partir del ejercicio de las potestades que surgen del artículo 17 in fine del Decreto N° 1187/93 y artículo 4to de la Resolución SC N° 3123/97 se concretan y exteriorizan de manera uniforme, otorgando certidumbre a los interesados y normalizando, a su vez, la actuación de esta Autoridad de Aplicación.

Que la Gerencia de Jurídicos y Normas Regulatorias, en su carácter de Servicio Jurídico Permanente de la COMISION NACIONAL DE COMUNICACIONES, ha tomado la intervención que le compete y manifiesta no tener objeciones de índole legal que formular.

Que esta medida se dicta de conformidad con las facultades contenidas en el Decreto N° 1185/90 y sus normas concordantes y complementarias, en el Decreto N° 1187/93 y sus modificatorios y en el Decreto Nro. 1916/2004.

Por ello,

EL INTERVENTOR DE LA COMISION NACIONAL DE COMUNICACIONES

RESUELVE:

Artículo 1° — Apruébese el "REQUERIMIENTO INTEGRAL PARA SOLICITUDES DE INSCRIPCION EN EL REGISTRO NACIONAL DE PRESTADORES DE SERVICIOS POSTALES" que, como Anexo I, integra la presente.

Art. 2° — Apruébese el "REQUERIMIENTO INTEGRAL PARA SOLICITUDES DE MANTENIMIENTO DE INSCRIPCION EN EL REGISTRO NACIONAL DE PRESTADORES DE SERVICIOS POSTALES que, como Anexo II, integra la presente.

Art. 3º — La Gerencia de Servicios Postales de la COMISION NACIONAL DE COMUNICACIONES instrumentará esta resolución, pudiendo establecer los formularios estandarizados o procedimientos normalizados que resulten necesarios para requerir la información, como así también disponer las verificaciones de documentación y de lugares físicos vinculados a las empresas que pudieren resultar necesarios para asegurar el cumplimiento de la presente.

Art. 4º — La presente resolución entrará en vigor al día siguiente de su publicación en el Boletín Oficial y será aplicable a los trámites de solicitud de inscripción y de mantenimiento de la misma que no hayan sido resueltos a esa fecha.

Art. 5º — Regístrese, dése a la Dirección Nacional del Registro Oficial, publíquese y archívese. — Ceferino A. Namuncurá.

ANEXO I

REQUERIMIENTO INTEGRAL PARA SOLICITUDES DE INSCRIPCION EN EL REGISTRO NACIONAL DE PRESTADORES DE SERVICIOS POSTALES

INFORMACION ADICIONAL

Atendiendo a lo que surge de los formularios aprobados por Resolución CNC N° 3123/97, y a fin de posibilitar el ejercicio de las potestades que a esta Comisión Nacional le atribuyen la resolución citada y el artículo 17 in fine del Decreto N° 1187/93 (texto según Decreto 115/97) deberá ampliarse la información acreditando lo siguiente:

Esta información se entenderá prestada bajo declaración jurada, y sujeta a las consecuencias normativas correspondientes en caso de falsedad (artículo 17 Decreto 1187/93) y deberá ser presentada ante la Gerencia de Servicios Postales de la Comisión Nacional de Comunicaciones en el plazo y condiciones que la misma fije.

La misma deberá versar sobre lo siguiente:

1.- Recursos afectados:

1.1.- Materiales:

1.1.1 De los Inmuebles afectados al tratamiento de envíos:

Deberá ampliar la información que surge del FORMULARIO RNPSP 008 a), indicando el o los inmuebles que se destinarán al tratamiento de los envíos, con los siguientes datos:

a) Dimensiones de los inmuebles;

b) Acompañar plano o croquis del lugar;

- c) Acreditación de las condiciones de seguridad e higiene del o los locales afectados;
- d) Copia autenticada de los instrumentos que acrediten la efectiva disponibilidad de los inmuebles;
- e) Constancias de las habilitaciones que correspondan, que incluya la realización de actividad postal;
- f) Pago de seguros y gravámenes que correspondan;

1.1.2 De los Vehículos:

Deberá ampliar la información que surge del FORMULARIO RNPSP 008 b), con los siguientes datos:

- a) Detalle de la totalidad de los vehículos afectados a la actividad: (Bicicletas, uso de transporte público, convenios con líneas de transporte, etc.);
- b) Copia autenticada de los instrumentos que acrediten la efectiva disponibilidad de dichos medios;
- c) Inscripción de la empresa y de cada unidad de más de 700 kgs de carga en el Registro Unico de Transporte Automotor;
- d) Seguros y gravámenes que pesen sobre los vehículos.

1.1.3. Otros medios materiales disponibles:

Indicación de disponibilidad de máquinas ensobradoras y clasificadoras, y hardware disponible.

1.2.- Medios Humanos:

Deberá ampliar la información que surge del FORMULARIO RNPSP 008:

- a) Presentar el organigrama de la empresa, detallando, por cada área o departamento, los cargos o puestos de trabajo que la integran y las responsabilidades y funciones asignadas a cada uno;
- b) Indicar la entidad bancaria que intervendrá en el pago de haberes (Cuenta Sueldo);
- c) Indicar el Régimen de la Convención Colectiva de Trabajo al que se sujetará;
- d) Detallar el personal a afectar, con apertura por provincia; Discriminación de personal que se afectará a las tareas de tratamiento y entrega de los envíos;
- e) Documentación vinculada a la Aseguradora de Riesgos de Trabajo y seguros obligatorios del personal.

f) Acreditar la suscripción del Formulario RNPSP 005 correspondiente al personal afectado a la actividad postal.

2.- Red Operacional:

Deberá ampliar la información que surge del FORMULARIO RNPSP 007:

a) Presentar un mapa de la cobertura geográfica comprometida, identificándolo alfanuméricamente mediante la manifestación de los Códigos Postales que serán objeto de atención, precedidos por la letra que identifique la provincia respectiva. Se referirá a los puntos de tratamiento de los envíos, entendido como los lugares físicos donde se realizarán las tareas de comercialización o puntos de atención comercial a clientes, de clasificación y distribución de los envíos y de los lugares de concentración del personal que se encargará del transporte y entrega de los mismos;

b) Detalle de las rutas que atenderán los medios de transporte utilizados;

c) Copia autenticada de los instrumentos que acrediten la efectiva disponibilidad de medios comprometidos a través de terceros;

d) Informar los domicilios por provincia de los lugares de admisión y de distribución de envíos, con detalle de los servicios que se prestarán en los mismos;

e) Redespachos: deberá informar los convenios que suscribirá con otros prestadores postales debidamente inscriptos, conforme las pautas que fije la Gerencia de Servicios Postales, e indicar, como mínimo, la provincia o provincias que atenderá cada parte, la homogeneidad del o los servicios objeto del redespacho, tanto en lo que se refiere a la denuncia en el Registro Nacional de Prestadores de Servicios Postales como la calidad comprometida y la responsabilidad solidaria frente a los usuarios y a la Comisión Nacional de Comunicaciones.

3.- Plan Anual de Servicios:

Deberá ampliar la información que surge del FORMULARIO RNPSP 006:

a) Describir detalladamente todos los servicios que aspira a prestar, adjuntando manuales descriptivos de procesos, estándares de calidad a comprometer con información de los recursos humanos y materiales que se aplicarán a los mismos;

b) Información acerca de la existencia de un sistema de gestión de calidad en la empresa;

c) Describir y acreditar la estructura de control interno aplicada a los servicios;

d) Descripción de los medios de información al usuario respecto de la oferta;

e) Sistema de atención a las reclamaciones en caso de manifestarse disconformidad por parte de los clientes.

4.- Integrantes de los Organos de Administración, Fiscalización y Control:

Deberá ampliar la información que surge del FORMULARIO RNPS 003:

Presentar una declaración jurada de cada una de las personas físicas que ocupen órganos de dirección y fiscalización de la empresa solicitante, que verse sobre que no integra ni ha integrado los órganos de administración, fiscalización y control de otro Prestador de Servicios Postales en los cinco (5) años anteriores a la fecha de la declaración. En caso de integrar o haber integrado esos órganos en otro prestador postal, el interesado deberá informarlo bajo declaración jurada.

5.- Objeto de la Persona Jurídica:

El objeto social deberá estar perfectamente identificado, con transcripción del artículo 4° del Decreto N° 1187/93. Las actividades concurrentes deberán guardar una razonable relación con las del mercado postal.

6.- Información Económico-Financiera y Contable.

a) Descripción de la estructura de costos de la empresa;

b) Informe pormenorizado sobre inversiones proyectadas para los próximos SEIS (6) ejercicios, en materia de recursos humanos, calidad, seguridad, infraestructura y evidencia de recursos para su financiamiento;

La falta de respuesta o la respuesta incompleta al requerimiento se interpretará como desestimiento de la solicitud de inscripción en el Registro Nacional de Prestadores de Servicios Postales.

ANEXO II

REQUERIMIENTO INTEGRAL PARA SOLICITUDES DE MANTENIMIENTO DE INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO NACIONAL DE PRESTADORES DE SERVICIOS POSTALES

INFORMACION ADICIONAL

Atendiendo a lo que surge de los formularios aprobados por Resolución CNC N° 3123/97, y a fin de posibilitar el ejercicio de las potestades que a esta Comisión Nacional le atribuyen la resolución citada y el artículo 17 in fine del Decreto N° 1187/93 (texto según Decreto 115/97) deberá ampliarse la información acreditando lo siguiente:

Esta información se entenderá prestada bajo declaración jurada, y sujeta a las consecuencias normativas correspondientes en caso de falsedad (artículo 17 Decreto 1187/93) y deberá ser presentada ante la Gerencia de Servicios Postales de la Comisión Nacional de Comunicaciones en el plazo y condiciones que la misma fije.

La misma deberá versar sobre lo siguiente:

1.- Recursos afectados:

1.1.- Materiales:

1.1.2 De los Inmuebles afectados al tratamiento de envíos:

Deberá ampliar la información que surge del FORMULARIO RNPS 008 a), indicando el o los inmuebles destinados al tratamiento de los envíos, con los siguientes datos:

- a) Dimensiones de los inmuebles;
- b) Acompañar plano o croquis del lugar;
- c) Acreditación de las condiciones de seguridad e higiene del o los locales afectados;
- d) Copia autenticada de los instrumentos que acrediten la efectiva disponibilidad de los inmuebles;
- e) Constancias de las habilitaciones que correspondan, que incluya la realización de actividad postal;
- f) Pago de seguros y gravámenes que correspondan.

1.1.2 De los Vehículos:

Deberá ampliar la información que surge del FORMULARIO RNPS 008 b), con los siguientes datos:

- a) Detalle de la totalidad de los vehículos afectados a la actividad: (Bicicletas, uso de transporte público, convenios con líneas de transporte, etc.);
- b) Copia autenticada de los instrumentos que acrediten la efectiva disponibilidad de dichos medios;
- c) Inscripción de la empresa y de cada unidad de más de 700 kgs. de carga en el Registro Unico de Transporte Automotor;
- d) Seguros y gravámenes que pesen sobre los vehículos.
- e) Evidenciar el cumplimiento de lo dispuesto en el artículo 3° de la Resolución CNCT N° 180/ 1996 (consistente en la obligación de identificar los vehículos afectados a la actividad postal con el nombre de la empresa y su número de inscripción en el R.N.P.S.P.).

1.1.3. Otros medios materiales disponibles

Indicación de disponibilidad de máquinas ensobradoras y clasificadoras, y hardware disponible.

1.2.- Medios Humanos:

Deberá ampliar la información que surge del FORMULARIO RNPSP 008:

- a) Presentar el organigrama de la empresa, detallando, por cada área o departamento, los cargos o puestos de trabajo que la integran y las responsabilidades y funciones asignadas a cada uno;
- b) Presentar nómina de personal de los últimos DOCE (12) meses;
- c) Acreditar con documentación fehaciente la intervención de una entidad bancaria en el pago de haberes (Cuenta Sueldo);
- d) Indicar el Régimen de la Convención Colectiva de Trabajo al que se sujeta;
- e) Detallar el personal afectado, con apertura por provincia y presentación del Formulario AFIP 931 (DJ con acuse de recibo AFIP) de los últimos DOCE (12) meses;
- f) Discriminación de personal afectado a las tareas de tratamiento y entrega de los envíos;
- g) Documentación vinculada a la Aseguradora de Riesgos de Trabajo y seguros obligatorios del personal.
- h) Acreditar la suscripción del Formulario RNPSP 005 correspondiente al personal afectado a la actividad postal.

2.- Red Operacional:

Deberá ampliar la información que surge del FORMULARIO RNPSP 007:

- a) Presentar un mapa de la cobertura geográfica comprometida, identificándolo alfanuméricamente mediante la manifestación de los Códigos Postales que serán objeto de atención, precedidos por la letra que identifique la provincia respectiva. Se referirá a los puntos de tratamiento de los envíos, entendido como los lugares físicos donde se realizan las tareas de comercialización o puntos de atención comercial a clientes, de clasificación y distribución de los envíos, y de los lugares de concentración del personal que se encarga del transporte y entrega de los mismos;
- b) Detalle de las rutas que atienden los medios de transporte utilizados;
- c) Copia autenticada de los instrumentos que acrediten la efectiva disponibilidad de medios comprometidos a través de terceros;

d) Informar los domicilios por provincia de los lugares de admisión y de distribución de envíos, con detalle de los servicios que se prestan en los mismos;

e) Redespachos: deberán acompañarse los convenios respectivos, debidamente registrados en el Registro Nacional de Prestadores de Servicios Postales, conforme las pautas que fije la Gerencia de Servicios Postales, en los cuales deberá constar, como mínimo, la provincia o provincias que atiende cada parte, la homogeneidad del o los servicios objeto del redespacho, tanto en lo que se refiere a la denuncia en el Registro Nacional de Prestadores de Servicios Postales como la calidad comprometida y la responsabilidad solidaria frente a los usuarios y la Comisión Nacional de Comunicaciones.

3.- Plan Anual de Servicios:

Deberá ampliar la información que surge del FORMULARIO RNPS 006:

a) Describir detalladamente todos los servicios que presta, adjuntando manuales descriptivos de procesos, estándares de calidad comprometidos con información de los recursos humanos y materiales que se aplican a los mismos;

b) Información acerca de la existencia de un sistema de gestión de calidad en la empresa;

c) Describir y acreditar la estructura de control interno aplicada a los servicios;

d) Descripción de los medios de información al usuario respecto de la oferta;

e) Sistema de atención a las reclamaciones en caso de manifestarse disconformidad por parte de los clientes;

f) Presentar estándares de entrega por cada uno de los servicios prestados.

4.- Integrantes de los Organos de Administración, Fiscalización y Control:

Deberá ampliar la información que surge del FORMULARIO RNPS 003:

Presentar una declaración jurada de cada una de las personas físicas que ocupen órganos de dirección y fiscalización de la empresa solicitante, que verse sobre que no integra ni ha integrado los órganos de administración, fiscalización y control de otro Prestador de Servicios Postales en los cinco (5) años anteriores a la fecha de la declaración. En caso de integrar o haber integrado esos órganos en otro prestador postal, el interesado deberá informarlo bajo declaración jurada.

5.- Información Económico-Financiera y Contable.

a) Acompañar balance y estados contables de los últimos TRES (3) ejercicios certificados y legalizados ante el Consejo Profesional, salvo que la existencia de la empresa resulte menor;

- b) Descripción de la estructura de costos de la empresa;
- c) Detalle de la facturación y volúmenes de venta, discriminados por mes y por tipo de servicios;
- d) Informe pormenorizado sobre inversiones realizadas en el último ejercicio y proyectadas para los próximos SEIS (6) ejercicios, en materia de recursos humanos, calidad, seguridad, infraestructura y evidencia de recursos para su financiamiento;
- e) Declaraciones Juradas AFIP de los últimos TRES (3) años, salvo que la existencia de la empresa resulte menor;
- f) Pago de impuestos y tasas provinciales y municipales de los últimos TRES (3) años, salvo que la existencia de la empresa resulte menor;
- g) Pago de obligaciones patronales de los últimos TRES (3) años, salvo que la existencia de la empresa resulte menor;

La falta de respuesta o la respuesta incompleta al requerimiento se interpretará como desestimiento de la solicitud de mantenimiento de la inscripción en el Registro Nacional de Prestadores de Servicios Postales.

BIBLIOGRAFÍA Y OTRAS FUENTES CONSULTADAS

- Birla, Madan, *FedEx cumple. Cómo sigue innovando y superando a la competencia la principal compañía transportadora del mundo*. 19ª ed., Bogotá, Colombia: Norma, 2005. 265 p. Traducción: Jorge Cárdenas Nannetti. Título original: FedEx DELIVERS, How the World's Leading Shipping Company Keeps Innovating and Outperforming the Competition.
- Campbell Jr., Jame I., *Tratamiento a los Servicios Expresos bajo las leyes postales modernas y sus implicaciones para la Ley Postal Brasileña Propuesta*, 1ª ed., 2000, [Documento emitido de la CLADEC (Conferencia de Compañías Express de Latinoamérica y el Caribe)]. 29 p.
- Cañete, Graciela. Un despegue atado a una resolución, *La Nación, Suplemento de Comercio Exterior*, 11 de septiembre de 2007.
- Capiello, Hernán. La tormentosa relación entre Yabrán y los diputados, *La Nación, Sección de Información General*, 31 de mayo de 1998.
- Cayón, David. Ricardo Echegaray, Controlar es darle valor al comercio exterior argentino, *Revista terminalC. Sección Protagonistas*, Edición N° 3 (Febrero-Marzo de 2006), p.40-43.
- *Collins Cobuild, Advanced Dictionary of American English*, 1a ed., Gran Bretaña: Harper Collins Publishers, 2007. 1591 p.
- Conferencia pronunciada por el Dr. Horacio C. Rivarola (Dir. Gral. de Correos y Telégrafos) con el patrocinio del Instituto Económico Interamericano (s/n: 1942: Salón del Concejo Deliberante). *El correo en la economía de las Américas. Vinculaciones postales de la Argentina con los países del continente*, Buenos Aires: Biblioteca del Congreso de la República Argentina, 1942. 23 p.

- Dates, Sebastián. FedEx Express, carga aérea con nombre propio, *Revista terminalC. Sección Empresas*, Edición N° 3 (Febrero-Marzo de 2006), p. 50-52.
- Deutsche Post World Net, Media Relations (Bonn, Alemania), *The Story of DHL 1969-2005, Steps to Success*, 1ª ed., 2005. 7 p.
- Eco, Umberto, *Como se hace una tesis. Técnicas y procedimientos de investigación, estudio y escritura*, 1ª ed. Barcelona, España: Gedisa, 1994. 267 p.
- Etiennot, Federico, Novedades, *El Cronista Comercial*, 20 de enero de 2005.
- Fosco, Constanza, Consideraciones sobre el servicio postal, *Novedades Económicas. Columnas*. Edición N° 179/180, (noviembre y diciembre de 1995), p. 17-24.
- Hill, Charles W. L., *Negocios Internacionales. Competencia en el mercado global*. 6ª ed. D. F., México: McGraw-Hill, 2007. 740 p.
- Moreno, José María, *Manual del exportador. Teoría y Práctica Exportadora*. 4ª ed. actualizada. Buenos Aires: Macchi, 1996. 597 p.
- OEA, AICD, Agencia Interamericana para la Cooperación y el Desarrollo (Washington, Estados Unidos de América), *La industria del transporte expreso aéreo en América Latina y el Caribe: evaluación de sus beneficios económicos y barreras regulatorias*, 1ª ed., PA Consulting Group, 2002. 150 p.
- Organización Coordinadora Argentina, *Historias del correo en la Argentina*, 1ª ed. Buenos Aires: OCA, 1993. 93 p.
- Oxford Economic Forecasting (Oxford, [Inglaterra]), *The impact of the express delivery industry on the global economy*, 1ª ed., 2005. 44 p.

- República Argentina, Comisión Nacional de Comunicaciones, *Informe anual del mercado postal 1997*, Buenos Aires, [1998]. 29 p. (Temas de servicios postales. Informes).
- República Argentina, Comisión Nacional de Comunicaciones, *Informe anual del mercado postal 1998*, Buenos Aires, [1999]. 28 p. (Temas de servicios postales. Informes).
- República Argentina, Comisión Nacional de Comunicaciones, *Informe anual del mercado postal 1999*, Buenos Aires, 2000. 33 p. (Temas de servicios postales. Informes).
- República Argentina, Comisión Nacional de Comunicaciones, *Informe anual del mercado postal 2000*, Buenos Aires, 2001. 61 p. (Temas de servicios postales. Informes).
- República Argentina, Comisión Nacional de Comunicaciones, *Informe anual del mercado postal 2001*, Buenos Aires, 2002. 63 p. (Temas de servicios postales. Informes).
- República Argentina, Comisión Nacional de Comunicaciones, *Informe anual del mercado postal 2002*, Buenos Aires, 2003. 72 p.
- República Argentina, Comisión Nacional de Comunicaciones, *Informe anual del mercado postal 2003*, Buenos Aires, 2004. 64 p.
- República Argentina, Comisión Nacional de Comunicaciones, *Informe anual del mercado postal 2004*, Buenos Aires, 2005. 75 p.
- República Argentina, Comisión Nacional de Comunicaciones, *Informe anual del mercado postal 2005*, Buenos Aires, 2006. 77 p.
- República Argentina, Comisión Nacional de Comunicaciones, *Informe anual del mercado postal 2006*, Buenos Aires, 2007. 87 p.

- República Argentina, Comisión Nacional de Comunicaciones, *Informe anual del mercado postal 2007*, Buenos Aires, 2008. 85 p.
- República Argentina, Comisión Nacional de Comunicaciones, *Nuevo Proyecto de Reglamento General de la Actividad Postal*, Buenos Aires, [200-]. 123 p. (Temas de servicios postales. Informes).
- República Argentina. Poder Ejecutivo de la Nación. Ley N° 22.415/81: *Código Aduanero*. 1ª ed. compilado por Marianela Chirinian. Buenos Aires: Zavalía, 2009. 1165 p.
- Sidero, Antonio, *El negocio postal. La entrega del Correo*. 1ª ed. Buenos Aires: s/e, 1997. 261 p.
- Tanzer, Pablo, ¿Para qué sirve el sistema just in time?, *La Nación, Secciones, Información general*, 27 de enero de 2009.
- Unión Postal Universal, Oficina Internacional (Berne, Suiza), *Guía para la Reforma y el Desarrollo Postal*, actualización 1ª, 2004. 452 p.
- Universal Postal Union Congress (23rd: 2004: Bucharest), *The postal sector: looking to the future, Bucharest World Postal Strategy 2005-2008*. Bucharest: UPU, 2004. 40 p.
- Universal Postal Union, International Bureau (Berne, Suiza), *Manual of the Postal Payment Services, International Bureau of the Universal Postal Union*, actualización, 2005. 130 p.
- UPU (Berne, Suiza). *Union Postale 4* (Revista de la Unión Postal Universal), Berne, Suiza, 4 (2004). 24 p.
- UPU (Berne, Suiza), *Constitution General Regulations, Resolutions and decision Rules of procedure Legal status of the UPU*, 1ª ed., 2005. 254 p.

- UPU (Berne, Suiza), *Union Postale 2, Publicidad directa. El correo que alcanza objetivos*, Berne, Suiza, 2 (2007). 32 p.
- UPU (Berne, Suiza), *Union Postale 4, Comercio electrónico. A la conquista del último kilómetro*, Berne, Suiza, 4 (2007). 32 p.
- UPU (Berne, Suiza). *Union Postale 3* (Revista de la Unión Postal Universal), Berne, Suiza, 3 (2006). 28 p.
- UPU (Berne, Suiza). *Union Postale 3* (Revista de la Unión Postal Universal), Berne, Suiza, 3 (2004). 32 p.
- UPU (Berne, Suiza). *Unión Postale 1, El correo vector del desarrollo económico*, Berne, Suiza, 1 (2008). 32 p.
- UPU(Berne, Suiza), *Union Postale 1, Operación seducción. Los museos se exponen*, Berne, Suiza, 1 (2007). 32 p.
- UPU, Directorate of Economic and Regulatory Affairs (Berne, Switzerland), *Access to Postal Markets*, 1ª ed., 2005. 23 p.
- UPU, International Bureau (Berne, Suiza), *Letter Post Manual* ,3a ed., 2005. 493 p.
- UPU, International Bureau (Berne, Suiza), *Memorandum on Universal Postal Service Obligations and Standars*, actualización 1ª, 2002. 104 p.
- UPU, International Bureau (Berne, Suiza), *Parcel Post Manual*, actualización 1ª, 2005. 264 p.
- UPU, Oficina Internacional (Berne, Suiza), *Conectar el sector postal de hoy con el mundo del mañana*. 1ª ed., [200-]. 39 p.
- UPU, Oficina Internacional (Berne, Suiza), *Guía para la reforma y el Desarrollo Postal*, actualización 1ª, 2004. 452 p.

- Uría, Leandro, Lejos del servicio expreso, *La Nación, Suplemento de Comercio Exterior*, 18 de enero de 2005.
- Uría, Leandro, Piden mejoras en el control, *La Nación, Suplemento de Comercio Exterior*, 11 de noviembre de 2003.
- World Customs Organization and Universal Postal Union [s.l.], *Customer Guide. International Postal Shipments and Customs matters*, actualización 5ª, 2004. 726 p.

NORMAS CONSULTADAS

Leyes

- República Argentina. Ley N° 19654/72, Buenos Aires: Boletín Oficial, 1972.
- República Argentina. Ley N° 20216/73: De Correos. Buenos Aires: Boletín Oficial, 1973.
- República Argentina. Ley N° 21138/75, Buenos Aires: Boletín Oficial, 1975.
- República Argentina. Ley N° 22005/79, Buenos Aires: Boletín Oficial, 1979.
- República Argentina. Ley N° 23696/89: Reforma del Estado. Buenos Aires: Boletín Oficial, 1989.

Decretos

- República Argentina. Decreto N° 151/74, Buenos Aires: Boletín de la Secretaría de Comunicaciones, 1974.
- República Argentina. Decreto N° 1220/79, Buenos Aires: Boletín Oficial, 1979.
- República Argentina. Decreto N° 1539/80, Buenos Aires: Boletín Oficial, 1980.
- República Argentina. Decreto N° 1001/82, Buenos Aires: Boletín Oficial, 1982.
- República Argentina. Decreto N° 1842/87, Buenos Aires: Boletín Oficial, 1987.
- República Argentina. Decreto N° 214/92, Buenos Aires: Boletín Oficial, 1992.
- República Argentina. Decreto N° 2793/92, Buenos Aires: Boletín Oficial, 1993.
- República Argentina. Decreto N° 1187/93, Buenos Aires: Boletín Oficial, 1993.
- República Argentina. Decreto N° 2247/93, Buenos Aires: Boletín Oficial, 1993.
- República Argentina. Decreto N° 2792/93, Buenos Aires: Boletín Oficial, 1993.
- República Argentina. Decreto N° 2793/93, Buenos Aires: Boletín Oficial, 1993.
- República Argentina. Decreto N° 660/96, Buenos Aires: Boletín Oficial, 1996.

- República Argentina. Decreto N° 1156/96, Buenos Aires: Boletín Oficial, 1996.
- República Argentina. Decreto N° 80/97, Buenos Aires: Boletín Oficial, 1997.
- República Argentina. Decreto N° 115/97, Buenos Aires: Boletín Oficial, 1997.
- República Argentina. Decreto N° 265/97, Buenos Aires: Boletín Oficial, 1997.
- República Argentina. Decreto N° 618/97, Buenos Aires: Boletín Oficial, 1997.
- República Argentina. Decreto N° 840/97, Buenos Aires: Boletín Oficial, 1997.
- República Argentina. Decreto N° 855/97, Buenos Aires: Boletín Oficial, 1997.
- República Argentina. Decreto N° 161/99, Buenos Aires: Boletín Oficial, 1999.
- República Argentina. Decreto N° 298/00, Buenos Aires: Boletín Oficial, 2000.
- República Argentina. Decreto N° 648/02, Buenos Aires: Boletín Oficial, 2002.
- República Argentina. Decreto N° 1075/03, Buenos Aires: Boletín Oficial, 2003.
- República Argentina. Decreto N° 721/04, Buenos Aires: Boletín Oficial, 2004.
- República Argentina. Decreto N° 635/05, Buenos Aires: Boletín Oficial, 2005.
- República Argentina. Decreto N° 1087/06, Buenos Aires: Boletín Oficial, 2006.
- República Argentina. Decreto N° 1758/06, Buenos Aires: Boletín Oficial, 2006.
- República Argentina. Decreto N° 1477/07, Buenos Aires: Boletín Oficial, 2007.

Resoluciones

- República Argentina. Resolución ENCOTEL N° 2261/79, Buenos Aires: Boletín de la Empresa Nacional de Correos y Telégrafos, 1979.
- República Argentina. Resolución ENCOTEL N° 1955/80, Buenos Aires: Boletín de la Empresa Nacional de Correos y Telégrafos, 1980.
- República Argentina. Resolución ENCOTEL N° 1801/81, Buenos Aires: Boletín de la Empresa Nacional de Correos y Telégrafos, 1981.
- República Argentina. Resolución ENCOTEL N° 338/82, Buenos Aires: Boletín de la Empresa Nacional de Correos y Telégrafos, 1982.
- República Argentina. Resolución ENCOTEL N° 1507/82, Buenos Aires: Boletín de la Empresa Nacional de Correos y Telégrafos, 1982.

- República Argentina. Resolución ANA N° 2048/82, Buenos Aires: Boletín Oficial, 1982.
- República Argentina. Resolución ENCOTEL N° 2422/83, Buenos Aires: Boletín de la Empresa Nacional de Correos y Telégrafos, 1983.
- República Argentina. Resolución ENCOTEL N° 2323/84, Buenos Aires: Boletín de la Empresa Nacional de Correos y Telégrafos, 1985.
- República Argentina. Resolución ENCOTEL N° 1170/86, Buenos Aires: Boletín de la Empresa Nacional de Correos y Telégrafos, 1986.
- República Argentina. Resolución ENCOTEL N° 1262/86, Buenos Aires: Boletín de la Empresa Nacional de Correos y Telégrafos, 1986.
- República Argentina. Resolución ENCOTEL N° 1534/87, Buenos Aires: Boletín de la Empresa Nacional de Correos y Telégrafos, 1987.
- República Argentina. Resolución ENCOTEL N° 1241/88, Buenos Aires: Boletín de la Empresa Nacional de Correos y Telégrafos, 1988.
- República Argentina. Resolución ENCOTEL N° 1422/88, Buenos Aires: Boletín de la Empresa Nacional de Correos y Telégrafos, 1988.
- República Argentina. Resolución ENCOTEL N° 1167/90, Buenos Aires: Boletín de la Empresa Nacional de Correos y Telégrafos, 1990.
- República Argentina. Resolución ENCOTEL N° 1175/91, Buenos Aires: Boletín de la Empresa Nacional de Correos y Telégrafos, 1991.
- República Argentina. Resolución CNCT N° 3/93, Buenos Aires: Boletín Oficial, 1993.
- República Argentina. Resolución CNCT N° 101/94, Buenos Aires: Boletín Oficial, 1994.
- República Argentina. Resolución CNCT N° 119/95, Buenos Aires: Boletín Oficial, 1995.
- República Argentina. Resolución CNCT N° 5/96, Buenos Aires: Boletín Oficial, 1996.
- República Argentina. Resolución CNCT N° 6/96, Buenos Aires: Boletín Oficial, 1996.
- República Argentina. Resolución CNCT N° 7/96, Buenos Aires: Boletín Oficial, 1996.

- República Argentina. Resolución CNCT N° 65/96, Buenos Aires: Boletín Oficial, 1996.
- República Argentina. Resolución CNCT N° 180/96, Buenos Aires: Boletín Oficial, 1996.
- República Argentina. Resolución ANA N° 2436/96, Buenos Aires: Boletín Oficial, 1996.
- República Argentina. Resolución ANA N° 3236/96, Buenos Aires: Boletín Oficial, 1996.
- República Argentina. Resolución General AFIP N° 13/97, Buenos Aires: Boletín Oficial, 1997.
- República Argentina. Resolución General AFIP N° 26/97, Buenos Aires: Boletín Oficial, 1997.
- República Argentina. Resolución Secretaría de Comunicaciones N° 3123/97, Buenos Aires: Boletín Oficial, 1997.
- República Argentina. Resolución General AFIP N° 302/98, Buenos Aires: Boletín Oficial, 1998.
- República Argentina. Resolución General AFIP N° 501/99, Buenos Aires: Boletín Oficial, 1999.
- República Argentina. Resolución General AFIP N° 503/99, Buenos Aires: Boletín Oficial, 1999.
- República Argentina. Resolución General AFIP N° 563/99, Buenos Aires: Boletín Oficial, 1999.
- República Argentina. Resolución General AFIP N° 631/99, Buenos Aires: Boletín Oficial, 1999.
- República Argentina. Resolución General AFIP N° 655/99, Buenos Aires: Boletín Oficial, 1999.
- República Argentina. Resolución General AFIP N° 686/99, Buenos Aires: Boletín Oficial, 1999.
- República Argentina. Resolución General AFIP N° 743/99, Buenos Aires: Boletín Oficial, 1999.
- República Argentina. Resolución ANA N° 845/00, Buenos Aires: Boletín Oficial, 2000.

- República Argentina. Resolución CNC N° 1019/02, Buenos Aires: Boletín Oficial, 2002.
- República Argentina. Resolución CNC N° 1409/02, Buenos Aires: Boletín Oficial, 2002.
- República Argentina. Resolución CNC N° 1409/02, Buenos Aires: Boletín Oficial, 2002.
- República Argentina. Resolución CNC N° 2504/03, Buenos Aires: Boletín Oficial, 2003.
- República Argentina. Resolución CNC N° 542/04, Buenos Aires: Boletín Oficial, 2004.
- República Argentina. Resolución CNC N° 3350/04, Buenos Aires: Boletín Oficial, 2004.
- República Argentina. Resolución General AFIP N° 1811/05, Buenos Aires: Boletín Oficial, 2005.
- República Argentina. Resolución CNC N° 1811/05, Buenos Aires: Boletín Oficial, 2005.
- República Argentina. Resolución General AFIP N° 2021/06, Buenos Aires: Boletín Oficial, 2006.

Notas

- República Argentina. Nota Externa DGA N° 4/05, Buenos Aires: Boletín Oficial, 2005.
- República Argentina. Nota Externa DGA N° 79/07, Buenos Aires: Boletín Oficial, 2007.

BIBLIOGRAFÍA DIGITAL

- Argentina. Ministerio de Economía y Finanzas Públicas. AFIP. *Información general. Acerca de la Aduana* [en línea]. [Buenos Aires: Aduana] <<http://www.afip.gov.ar/aduana/>>. [Fecha de consulta: 21 de noviembre de 2008].
- Argentina. Ministerio de Economía y Finanzas Públicas. AFIP. *Usuarios. Régimen de Envíos Postales y Régimen de Courier* [en línea]. [Buenos Aires: Aduana] <<http://www.afip.gov.ar/aduana/envios.asp>>. [Fecha de consulta: 19 de abril de 2009].
- CAMBRIDGE, Dictionaries Online, *Cambridge Advanced Learner's Dictionary* [en línea], Cambridge University Press 2009. <<http://dictionary.cambridge.org/>>. [Fecha de consulta: diciembre de 2008].
- CAPSIA, *Los servicios expresos* [en línea]. [Buenos Aires: CAPSIA]. <<http://www.capsia.org.ar/esp/servexpresos.asp>>. [Fecha de consulta: 16 de mayo de 2009].
- CAPSIA, *Novedades* [en línea]. [Buenos Aires: CAPSIA]. <<http://www.capsia.org.ar/esp/novedades.asp>>. [Fecha de consulta: 21 de enero de 2005].
- Deutsch Post DHL, *About us History*, [en línea], 2009. <http://www.dp-dhl.de/dpdhl?tab=1&skin=hi&check=yes&lang=de_EN&xmlFile=2001321>. [Fecha de consulta: marzo de 2009].
- DHL, *Sobre DHL, Nuestra Historia* [en línea], [Argentina: DHL] 2009. <<http://www.dhl.com.ar/publish/ar/es.high.html>>. [Fecha de consulta: marzo de 2009].

- FedEx, *Acerca de FedEx, Datos Sobre FEDEX* [en línea], [Argentina: FedEx] 1995-2009. <<http://www.fedex.com/ar/about/facts.html?link=4>>. [Fecha de consulta: febrero de 2009].
- FedEx, *Acerca de FedEx, La Historia de FedEx* [en línea], [Argentina: FedEx] 1995-2009. <<http://www.fedex.com/ar/about/story.html?link=4>>. [Fecha de consulta: febrero de 2009].
- ONU, *Declaración Universal de los Derechos Humanos* [en línea]. [Nueva York, EUA: Departamento de Información Pública] 2009. <<http://www.un.org/es/documents/udhr/>>. [Fecha de Consulta: 19 de enero de 2009].
- Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales, *Manual de Citas Bibliográficas* [en línea]. Buenos Aires: UCES, 3^a ed., 2005. < http://www.uces.edu.ar/biblioteca/manual_citas.php >. [Fecha de de consulta: junio-julio de 2009].
- UPS, *Historia de la empresa* [en línea], [Argentina: UPS] 1994-2009. <<http://www.ups.com/content/ar/es/about/history/index.html>>. [Fecha de consulta: febrero de 2009].
- UPU. *Member by alphabetical order* [en línea]. [Berne, Suiza: UPU] 2001 <<http://www.upu.int/members/en/members.html>>. [Fecha de Consulta: 15 de Junio de 2008]