



COMISIÓN NACIONAL  
DE COMUNICACIONES

---

**INFORME  
ANUAL DEL  
MERCADO  
POSTAL  
1999**

---

Coleccion

**TEMAS DE SERVICIOS POSTALES**

*Serie "informes"*

## **MERCADO POSTAL ARGENTINO**

### **Introducción**

La finalidad del presente documento es la de brindar información cualitativa y cuantitativa respecto de la evolución del Mercado Postal Argentino, de su incidencia, como sector productor de servicios en el nivel de la actividad económica del país registrada en el año 1999, como así también efectuar algunas consideraciones en cuanto a la tendencia del desarrollo de los servicios postales.

Las realidades que marcan las nuevas corrientes económicas como la desregulación, la globalización, la liberalización y las nuevas formas de comunicación, modificaron sustancialmente el entorno en el que los proveedores de servicios postales deben manejar sus negocios.

La competencia se constituyó en uno de los factores más fuertes en toda la transformación observada, para enfrentar las nuevas corrientes económicas mencionadas y las nuevas formas de comunicación.

Asimismo, la demanda de los clientes al tener ante sí una mayor gama de productos son cada vez más específicas y más exigentes; lo que ha llevado a las Empresas prestadoras de servicios postales, a poner mayor énfasis en mejorar la calidad de sus servicios para conservar e incluso incrementar su parte del mercado.

En todos los países el servicio postal es un medio primordial de comunicación, tanto para las empresas, las instituciones como para los particulares. Pero el desarrollo de un servicio postal se extiende más allá de la mejora de la comunicación. Estimula también el desarrollo social y económico.

Dentro del marco precedentemente expuesto y con el objeto de optimizar las acciones de contralor propias del Ente Regulador, se explicita seguidamente el balance de los objetivos alcanzados en función de las acciones llevadas a cabo por cada una de las Areas que integran la Gerencia de Servicios Postales y su difusión para la comunidad a través de este medio.

## 1- CONTROL POSTAL

Durante 1999 se realizaron inspecciones programadas y sorpresivas en todo el país detallándose tipo y cantidad en el cuadro siguiente:

| TRIMESTRE    | Inspecciones sin Observaciones | Inspecciones con Observaciones | Inspección a Vehículos y Buzones C.A.S.A. | Otras Actuaciones | TOTAL       |
|--------------|--------------------------------|--------------------------------|---|-------------------|-------------|
| PRIMERO      | 359                            | 276                            | 0   | 323               | 958         |
| SEGUNDO      | 396                            | 400                            | 0   | 453               | 1249        |
| TERCERO      | 351                            | 430                            | 856                                       | 729               | 2366        |
| CUARTO       | 456                            | 373                            | 35  | 458               | 1322        |
| <b>TOTAL</b> | <b>1562</b>                    | <b>1479</b>                    | <b>891</b>                                | <b>1963</b>       | <b>5895</b> |

Las verificaciones y controles realizados consistieron en:

### a) Inspecciones regulares a Prestadores Postales debidamente inscriptos con sus respectivas sucursales, en todo el ámbito del país.

En cuanto a este punto, se entiende por inspecciones regulares, aquellas que se realizan como consecuencia de una rutina programada, donde además de estas verificaciones se podrán realizar otras, que por su carácter de urgencia se les deberá dar un tratamiento puntual. En tal sentido, las facultades de este Organismo de Control no se limitan sólo a la verificación en sí, sino que además realiza un control preventivo, tendiente a asegurar una mayor calidad y eficiencia en la prestación del servicio y garantizar una sana competencia entre las partes.

Dichas inspecciones tuvieron, además de los objetivos descriptos precedentemente, el de exhortar a corregir errores de aplicación o conceptuales, cuando estos se pongan de manifiesto, en tanto lo primordial en las investigaciones, es la obtención de elementos de juicio que permitan la comprobación fehaciente de los hechos y la individualización del o de los responsables materiales.

El total de bocas a inspeccionar en todo el ámbito del país contando Casas Centrales e inmuebles afectados a la actividad postal asciende a 1100, esto referido a empresas de correos debidamente inscriptas en el Registro Nacional de Prestadores de Servicios Postales. Dicha cantidad de bocas son las denunciadas en las declaraciones juradas trimestrales presentadas por los propios Operadores Postales.

La planificación de las tareas de inspección, se organiza a partir del análisis de las referidas declaraciones, y de la metodología operacional aplicada por el Área de Control Postal.

Las metas originalmente previstas apuntaban a efectuar controles en todo el ámbito del país, lo que no pudo concretarse como consecuencia de restricciones de carácter presupuestario que afectaron al organismo.

El total de inspecciones realizadas a los Prestadores autorizados ante nuestro RNPSP fue de 3041, de las cuales 1479 registraron irregularidades. Asimismo se entregaron en los domicilios legales de dichas empresas, 1963 cédulas de notificación.

En cuanto al Correo Argentino S.A se realizaron tareas de inspección de los medios afectados a los Servicios Postales durante el año bajo examen. Para ello se llevaron a cabo 1340 intervenciones referidas a inspección a sucursales, vehículos y buzones, tanto en el ámbito de Capital federal y Gran Bs.As. como en el interior del país.

También se detectaron 190 empresas clandestinas (no inscriptas en el RNPSP). Esta tarea consistió en identificar la empresa, asegurarse de la prueba de infracción y aplicar posteriormente la pertinente sanción. El logro obtenido resultó muy significativo en este aspecto, si se tiene en cuenta la debilidad de las normas de procedimientos establecidos en los decretos regulatorios de la actividad postal, hecho que no permite una gestión más enérgica en los controles dirigidos a este tipo de empresas.

**b) Intervención como veedor representando a la CNC en las actividades de aperturas de envíos caídos en rezago, que realicen los Operadores Postales inscriptos y el Correo Oficial (Resolución Nº 005 CNCT/96).**

Sobre el particular es menester aclarar que son declarados como caídos en rezago aquellos envíos postales y encomiendas en los que, el prestador ante el cual fue realizada la imposición haya intentado sin éxito la entrega de la pieza al destinatario de la misma y que además no se cuenten con datos suficientes para individualizar al remitente.

De lo actuado en dichos procedimientos se deja constancia en actas, detallando los objetos hallados y el destino dado a los mismos (en caso de dinero: se especifica número y serie y de tratarse de documentación, nombre del titular, tipo y número de documento).

Los valores monetarios son ingresados a la Tesorería de esta Comisión Nacional bajo recibo, comprobante que es agregado al expediente correspondiente.

Los Documentos Nacionales de Identidad son entregados al Registro Nacional de las Personas y las Cédulas de Identidad y Pasaportes a la Policía Federal, y en caso de pasaporte extranjero al Consulado respectivo. Todo ello se entrega bajo recibo que se incorpora al expediente correspondiente.-

## **2 – AUDITORIA DEL CORREO OFICIAL**

### **Actuaciones**

La Comisión Nacional de Comunicaciones como autoridad de aplicación del Contrato de Concesión de los servicios postales, telegráficos y monetarios, firmado entre el Estado Nacional Argentino y Correo Argentino S.A, permanentemente efectúa auditorías de control basadas principalmente en el Reglamento de Control del Correo Oficial aprobado por el Decreto 431/98, a los efectos de verificar el fiel cumplimiento de las obligaciones del Concesionario estipuladas en tal Contrato.

En este contexto, la Gerencia de Servicios Postales se planteó dos objetivos para el año 1999: contar con un Programa General de Auditoría del Correo Oficial, y realizar consecuentemente distintos controles al Concesionario para una adecuada prestación del servicio del Correo Oficial de la República Argentina. Al respecto se logró aprobar un Programa de Auditoría que definió más de 50 proyectos, estableciendo funciones, objetivos, planes y el cronograma respectivo.

Por otra parte, se llevaron a cabo auditorías de diversa índole, tales como:

- ~~///~~ De inversiones realizadas por el Concesionario durante el primer año
- ~~///~~ Del pago de los cánones semestrales

- /// De la contratación y mantenimiento de la vigencia de los seguros contractualmente obligatorios incendio, responsabilidad civil, riesgos del trabajo, vida obligatorio
- /// Del mantenimiento de la garantía de ejecución del Contrato
- /// Del cumplimiento de las obligaciones previsionales y sociales del Concesionario
- /// De las emisiones de sellos postales del Correo Oficial
- /// Del tratamiento de envíos en zonas afectadas por epidemias
- /// De la composición accionaria del Concesionario
- /// Del cumplimiento del Contrato de Asistencia Técnica Internacional
- /// Del servicio electoral prestado por el Concesionario en el acto comicial de octubre
- /// De las cesiones de uso parcial de inmuebles en comodato
- /// De la remisión de información estadística
- /// Del registro de productos y servicios del Correo Oficial

Así también, se efectuaron auditorías operativas en oficinas del Concesionario en todo el país, relevando la prestación del servicio postal básico universal, las tarifas aplicadas, la prestación de los otros servicios obligatorios, el estado general del inmueble, la información obligatoria a la vista del público, las distintas identificaciones tanto del personal como de los vehículos afectados y material para la distribución, la habilitación del lugar destinado para difusión de información al cliente, el tratamiento otorgado a los envíos caídos en rezago, los horarios de atención, estándares de servicios, entre otros.

Para ello, fueron labradas más de 500 actas de comprobación en inspecciones realizadas en el área Metropolitana y en las provincias de Buenos Aires, Santa Cruz, Tierra del Fuego, Chubut, Neuquén, Río Negro, La Pampa, Mendoza, Córdoba, San Luis, San Juan, Jujuy, Salta, Misiones y Santiago del Estero.

Asimismo, fueron llevados a cabo operativos de control de vehículos en el Centro de Procesamiento Internacional del Concesionario, en el Correo Central y en la zona microcentro de la ciudad autónoma de Buenos Aires, labrando al respecto más de cien actas de inspección. Por otra parte, fue realizado un extenso relevamiento de los buzones del concesionario (780) en todo el territorio nacional.

Como producto de toda la actividad precedentemente detallada, el Directorio de la Comisión Nacional de Comunicaciones, mediante el dictado de las Resoluciones Nº 2908/99, 2909/99 y 2918/99, declaró incumplimientos por parte de CORREO ARGENTINO S.A. respecto a distintas obligaciones emergentes del Contrato de Concesión del Correo Oficial de la República Argentina.

### **3 - ACTUACION DE LA ADMINISTRACION POSTAL ARGENTINA ANTE ORGANISMOS INTERNACIONALES**

#### **UNION POSTAL UNIVERSAL**

Durante el mes de febrero, se realizaron en Ginebra (Suiza) dos eventos de gran trascendencia para la comunidad postal internacional: la **Mesa Redonda Mundial sobre Gastos Terminales** (Ginebra, 3 al 5 de febrero) y las **Reuniones preparatorias del Consejo de Explotación Postal y del Consejo Administración de la UPU para el Congreso de Beijing**.

La Mesa Redonda Mundial sobre Gastos Terminales fue una reunión de alto nivel que se convocó con el objeto de discutir el nuevo sistema de gastos terminales que regiría las relaciones postales internacionales a partir del Congreso de Beijing. Asimismo, en las preparatorias del CEP y del C A se trataron y revisaron todos los temas y proposiciones que emanaron de las actividades de las Comisiones y Grupos de Trabajo durante el último período, para su elevación al Congreso.

## CONGRESO DE BEIJING

El XXII Congreso Postal Universal se llevó a cabo en la Ciudad de Beijing, República Popular de China, del 23 de agosto al 15 de septiembre de 1999.

La delegación argentina estuvo integrada por funcionarios de la Comisión Nacional de Comunicaciones, representantes del Correo Argentino S.A., como Correo Oficial, y miembros del cuerpo diplomático argentino destinado en Beijing. Los resultados a destacar de dicho Congreso son:

- ? ? La Administración Argentina ejerció la vicepresidencia de esta Comisión del Congreso, con el apoyo de la delegación concurrente.
- ? ? Nuestro país fue reelecto como miembro del Consejo de Explotación Postal por 109 votos, para un nuevo período de 5 años.
- ? ? Se aprobó un nuevo sistema de gastos terminales que distingue en sus relaciones a los países en desarrollo y a los industrializados, con el objeto de alcanzar un mecanismo de remuneración más justo y equitativo, el que en un futuro tenderá a basarse en los costes reales del servicio.
- ? ? En materia filatélica, la Administración Argentina presentó dos proyectos de resolución, los que fueron aprobados por el Congreso: 1) "**Desarrollo y profundización de actividades para la promoción de la cultura, la filatelia y los servicios postales**" y 2) "**Emisión de un Sello de Correos Universal**".
- ? ? Además, nuestro país propuso la realización de un Acuerdo entre la UPU y la OMC en el entendimiento de que dicho Acuerdo sirva a una labor coordinada y de carácter complementario en beneficio de los Estados Miembros. Se presentó un proyecto en relación con este tema "**Legislación internacional en materia de comercio de servicios. Acuerdo de Cooperación UPU-OMC**", el que también contó con el apoyo del Congreso.
- ? ? Asimismo, se apoyaron todas aquellas medidas e iniciativas que tiendan al desarrollo integral de los servicios postales (mejora de la calidad, adopción de tecnología de punta aplicada a la industria, nuevos productos, atención al cliente, seguridad) así como la **Estrategia Postal de Beijing**, elaborada por la OI, destinada a fortalecer las bases de la Unión.

### Reforma de la UPU

Aparte de la apertura de la Unión al sector privado, la Administración Argentina considera de trascendental importancia el tema de la reforma de la UPU, teniendo en cuenta los rápidos cambios que está experimentando el mercado postal internacional y el entorno mundial en general.

A ese respecto, el Congreso dispuso mediante Resolución Nº 110, la creación de un **Grupo de Alto Nivel (GAN)** en el marco del Consejo de Administración, cuya función sería la de continuar los estudios sobre la misión, la estructura y la gestión de los trabajos, tendientes a la reforma de la Unión. Dicho grupo está integrado por 24 países, entre ellos **Argentina**, representativos de todas las regiones geográficas y con manifiesto interés y disposición para colaborar en la transformación del Organismo.

Por otro lado, nuestro país es uno de los 10 países que integran el **Grupo de Planificación Estratégica** de la UPU cuyo principal objetivo será el de realizar el seguimiento de la aplicación de la Estrategia Postal de Beijing durante el próximo lustro.

### Elecciones

Tanto el Sr. Thomas Leavey (Estados Unidos de América) como el Sr. Moussibahou Mazou (República del Congo) fueron reelectos como Director General y Vicedirector General de la UPU respectivamente. Por otra parte, el Sr. Carlos Silva, de Portugal, fue electo Presidente del Consejo de Explotación Postal por el término de 5 años. China liderará, por igual término, el Consejo de Administración por haber sido sede del último Congreso.

## I REUNIÓN ANUAL ORDINARIA DEL CONSEJO DE EXPLOTACIÓN POSTAL Y LA I REUNION DE ALTO NIVEL SOBRE EL DESARROLLO FUTURO DE LA UPU.

Entre el 21 de Noviembre y el 3 de Diciembre de 1999, se llevó a cabo en Berna, la I Reunión Anual ordinaria del Consejo de Explotación Postal y la I Reunión de Alto Nivel sobre el Desarrollo Futuro de la UPU, luego del Congreso de Beijing.

Los principales objetivos planteados para esta ocasión eran analizar y aprobar todas las proposiciones derivadas al CEP por el Congreso de Beijing, constituir los órganos del CEP y sus atribuciones y determinar la composición de los Equipos de Proyecto, Grupos Sectoriales, Comités de Contacto, Grupos de Acción y Cooperativas para el desarrollo de sus trabajos durante el período 2000-2004.

? ? La Administración Argentina integrará, durante el próximo lustro, los siguientes grupos dentro del CEP:

1. Equipo de Proyecto Usuarios de PostClear de la Comisión 1 del CEP
2. Equipo de Proyecto Desarrollo de la Mercadotecnia de la Comisión 2 del CEP
3. Grupo Sectorial Sector de la Edición de la Comisión 2 del CEP
4. Equipo de Proyecto de Encomiendas del CEP
5. Grupo de Acción sobre Gastos Terminales - Subgrupo "Transición" (CA-CEP- OMC)
6. Grupo de Acción para la Seguridad Postal
7. Grupo de Planificación Estratégica de la UPU.

En cuanto al **Grupo de Alto Nivel** se procedió a organizar su estructura y plan de actividades. Argentina integrará 2 de los 4 Subrupos en los que se dividió el GAN: Subgrupo 1: "Misión" y Subgrupo 2: "Estructura y Composición de la UPU", siendo los dos restantes: Modalidad de toma de decisiones y Financiamiento de la UPU.

### UNION POSTAL DE LAS AMERICAS, ESPAÑA Y PORTUGAL

Entre el 15 y el 18 de junio de 1999, se realizaron en la ciudad de México D.F., dos eventos: El Foro de Altas Autoridades Postales y la Reunión Anual del Consejo Consultivo y Ejecutivo.

? ? **El Foro de Altas Autoridades Postales** fue organizado con el propósito de abrir un espacio de evaluación sobre las acciones que los países integrantes de la Unión han efectuado en el marco del proceso de transformación y modernización de los servicios postales propuesto en la "Declaración de Sao Paulo", adoptada por la II Reunión de Ministros de Tutela del Sector Postal, en junio de 1997. En dicha oportunidad, la Secretaría General de la UPAEP invitó a la Administración Argentina a realizar otra exposición sobre la temática postal y la OMC, la que se denominó "**Presente y Futuro de los Servicios Postales en la OMC**".

? ? Por otra parte, los tópicos tratados por el **Consejo Consultivo y Ejecutivo** apuntaban, en su mayoría, a informar a los países miembros sobre la Gestión Estratégica de la Secretaría General, planificación de proyectos para 1999, actividades desarrolladas durante 1998 en apoyo a la red postal, filatelia, acciones de cooperación técnica, asuntos presupuestarios y de índole administrativa y una serie de exposiciones de varias Administraciones Postales sobre diversos temas como informática, productos, servicios financieros postales y algunas experiencias de reforma postal.

- Específicamente en materia filatélica, la Administración Argentina propuso como tema para la emisión de los sellos postales América "**Los sitios declarados de patrimonio mundial por la UNESCO y/o lugares destacados de cada país**", tema finalmente seleccionado por el Consejo.
- En otro orden de cosas, se analizaron las proposiciones a ser sometidas al Congreso de Beijing desde los países integrantes de la UPAEP, y se decidió la conformación de un **Grupo de Trabajo relativo a la reestructura de la UPU** integrado por España, en calidad de Presidente, Argentina, Canadá, Brasil, Cuba, Chile, EEUU, México y Portugal, con el propósito de analizar e informar a los países miembros de la Unión sobre la evolución del proceso de reforma de la UPU.

#### MERCOSUR

Durante los días 23, 24 y 25 de marzo de 1999, se celebró en Asunción (Paraguay) la XII Reunión de la CTAP. En ella se lograron avances significativos respecto de calidad postal en MERCOSUR y del estudio sobre el marco regulatorio de los servicios postales en el proceso de integración. Los resultados más importantes a destacar fueron los siguientes:

- a) En el tema de **Control de Calidad**, la Administración argentina presentó un informe preliminar sobre el "**primer operativo de control**" realizado entre Brasil, Uruguay y Argentina, lo que motivó la propuesta de realizar una reunión de especialistas en calidad de cada Estado-Parte, en Bs. As., en el corto plazo.
- b) Con relación a la presentación de proposiciones de cara al XXII Congreso de la UPU, en Beijing, se procedió al compromiso de apoyo mutuo de las mismas.
- c) Los Estados-Partes expusieron sus avances realizados sobre el **Estudio sobre la Creación de un Marco Regulatorio para el Sector Postal en el Ambito del Mercosur**.

#### Comisión Temática de Asuntos Postales - Reunión de Especialistas en Calidad

**De acuerdo con lo estipulado durante la XII Reunión Ordinaria de la CTAP, el 11 de junio se realizó en Buenos Aires, la I Reunión de Especialistas en Calidad bajo la coordinación de la Administración Argentina.**

El objeto de la misma fue el de analizar los resultados del I Operativo de Control de Calidad de los Servicios Postales en el ámbito del Mercosur, identificar los inconvenientes del proceso y decidir sobre la metodología a implementar en futuras evaluaciones. Dicho operativo marcó un punto de partida para impulsar el análisis de la calidad del servicio postal en la región.

#### MISIONES DE CONSULTORÍA

- ?? BOLIVIA: En abril de 1999, ante una solicitud de la Empresa de Correos de Bolivia, la Gerencia de Servicios Postales de la CNC brindó asistencia y asesoramiento a dicha institución en materia de regulación y reforma del mercado postal.
- ?? BRASIL: En diciembre de 1999, la CNC recibió la visita de dos funcionarios del Ministerio de Comunicaciones de Brasil, con el auspicio de la Unión Postal Universal, para intercambiar ideas sobre los procesos de reforma en ambos mercados postales.

#### 4 – ATENCION AL CLIENTE

Los reclamos de los usuarios respecto a inconvenientes con Empresas Prestadoras de Servicios Postales y con el Concesionario del Correo Oficial, son recibidos en



Casa del Cliente y luego remitidos a la Gerencia de Servicios Postales para la prosecución del trámite pertinente, investigación y posterior resolución.

|  |            |
|--|------------|
| <b>Reclamos ingresados año 1999</b>        | <b>211</b> |
| <b>Ingresados último trimestre de 1999</b> | <b>71</b>  |
| <b>Reclamos cerrados</b>                   | <b>72</b>  |
| <b>Reclamos pendientes de resolución</b>   | <b>139</b> |

Dentro del ítem “reclamos pendientes de resolución” están incluidos los reclamos ingresados en el último trimestre del año 1999. El tiempo estimado para la resolución y cierre de los reclamos pendientes correspondientes al año 1999, es de aproximadamente 60 días.

Los trámites pendientes de resolución abarcan:

- ?? Trámites enviados a la Gerencia de Jurídicos y Normas Regulatorias para que emita opinión jurídica respecto al reclamo en cuestión.
- ?? Nuevo requerimiento tanto a la empresa reclamada cuanto al cliente, con el fin de ampliar el reclamo o el descargo vertido por la empresa.
- ?? Nueva presentación por parte de los clientes por disconformidad de la resolución emanada de esta Comisión Nacional.

## **5 – DESPACHO**

Se encarga de las tareas de entrada y salida de expedientes, trámites y notas, como así también de la emisión y renovación de Certificados de Libre Tránsito y Estacionamiento solicitados para los vehículos afectados a la actividad postal correspondiente a los Prestadores Postales inscriptos. En el año 1999 se registraron 2634 altas y 474 bajas de Certificados de Libre Tránsito y Estacionamiento.

Este sector, además, toma intervención en las actuaciones iniciadas por la detección de infracciones a la normativa postal, originadas en las inspecciones que regularmente realiza el área de Control Postal a los Prestadores Postales inscriptos, como así también frente a la actividad postal irregular desarrollada en infracción al Art. 10º del Dec. N° 1187/92.

El mecanismo a seguir en estos casos consiste en notificar a las empresas o personas involucradas a fin de que las mismas formulen los respectivos descargos, analizar posteriormente su contenido, y determinar si de lo actuado corresponde o no realizar alguna imputación o bien proceder al archivo de las actuaciones. Si se formulase alguna imputación, se consulta a la Gerencia de Jurídicos y Normas Regulatorias a fin de que emita el dictamen respectivo para proceder luego al correspondiente proyecto de Resolución del Directorio para que sean aplicadas las sanciones pertinentes o, en su defecto, proceder al archivo del expediente.

A tal efecto en el año 1999 se abrieron 254 expedientes para empresas debidamente inscriptas y 237 correspondientes a empresas ilegales.-

## **6 - REGISTRO NACIONAL DE PRESTADORES DE SERVICIOS POSTALES**

Los cuadros y gráficos adjuntos presentan la evolución del Registro Nacional de Prestadores de Servicios Postales medida en términos de:

- ?? **Solicitudes de inscripción recibidas**

- ?? Inscripciones o reinscripciones otorgadas
- ?? Bajas
- ?? Total de empresas inscritas al cierre de cada período.

Se presenta además un cuadro y gráfico exponiendo los motivos de las bajas dispuestas durante el año 1999.

**EVOLUCION DEL REGISTRO NACIONAL DE PRESTADORES DE SERVICIOS POSTALES  
(Cuadro)**

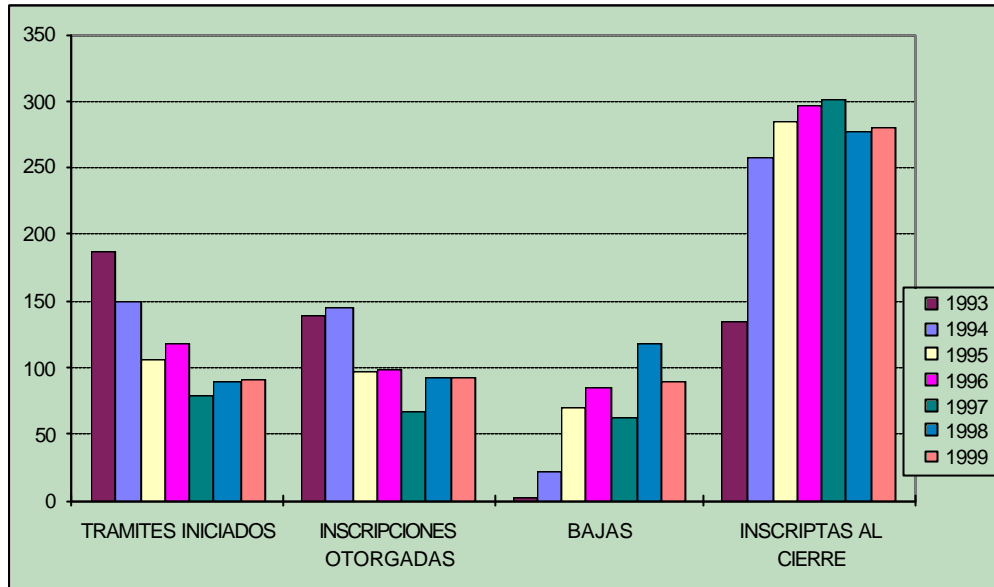
PERIODO: 01/07/1993 – 31/12/1999

| AÑO             | TRAMITES INICIADOS | INSCRIPCIONES OTORGADAS | BAJAS      | INSCRIPTAS AL CIERRE |
|-----------------|--------------------|-------------------------|------------|----------------------|
| 1993            | 188                | 138                     | 3          | 135                  |
| 1994            | 150                | 145                     | 23         | 257                  |
| 1995            | 106                | 97                      | 70         | 284                  |
| 1996            | 118                | 98                      | 85         | 297                  |
| 1997            | 78                 | 67                      | 63         | 301                  |
| 1998            | 90                 | 93                      | 117        | 277                  |
| <i>ene. '99</i> | 7                  | 4                       | 4          | 277                  |
| <i>feb. '99</i> | 3                  | 7                       | 11         | 273                  |
| <i>mar. '99</i> | 12                 | 12                      | 3          | 282                  |
| <i>abr. '99</i> | 5                  | 7                       | 11         | 278                  |
| <i>may. '99</i> | 11                 | 7                       | 4          | 281                  |
| <i>jun. '99</i> | 8                  | 4                       | 13         | 272                  |
| <i>jul. '99</i> | 8                  | 15                      | 5          | 282                  |
| <i>ago. '99</i> | 6                  | 5                       | 15         | 272                  |
| <i>set. '99</i> | 7                  | 8                       | 7          | 273                  |
| <i>oct. '99</i> | 9                  | 8                       | 2          | 279                  |
| <i>nov. '99</i> | 8                  | 11                      | 12         | 278                  |
| <i>dic. '99</i> | 7                  | 5                       | 3          | 280                  |
| <b>1999</b>     | <b>91</b>          | <b>93</b>               | <b>90</b>  | <b>280</b>           |
| <b>TOTALES</b>  | <b>821</b>         | <b>731</b>              | <b>451</b> | <b>280</b>           |

NOTA: El concepto "INSCRIPCIONES" incluye inscripciones y reinscripciones

**EVOLUCION DEL REGISTRO NACIONAL DE PRESTADORES DE SERVICIOS POSTALES  
(gráfico)**

PERIODO: 01/07/1993 – 31/12/1999



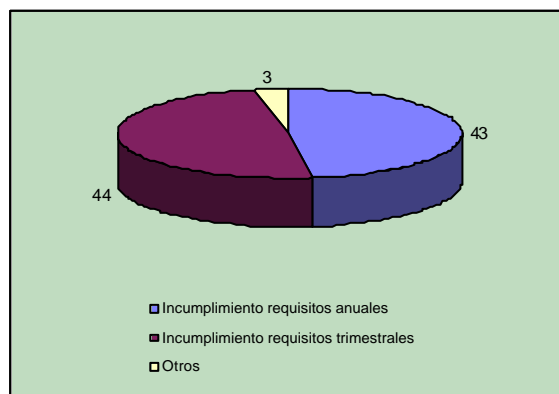
**MOTIVOS DE BAJAS OPERADAS O DISPUESTAS (cuadro)**

**PERIODO: ene. 1999 – dic. 1999**

| MOTIVO                                 | Ene      | Feb       | Mar      | Abr       | May      | Jun       | Jul      | Agó       | Sep      | Oct      | Nov       | Dic      | TOTAL AÑO |
|--|----------|-----------|----------|-----------|----------|-----------|----------|-----------|----------|----------|-----------|----------|-----------|
| Incumplimiento requisitos anuales      | 4        | 3         | 2        | 5         | 3        | 5         | 5        | 2         | 4        | 2        | 5         | 3        | 43        |
| Incumplimiento requisitos trimestrales | 0        | 7         | 0        | 6         | 1        | 7         | 0        | 13        | 3        | 0        | 7         | 0        | 44        |
| Otros                                  | 0        | 1         | 1        | 0         | 0        | 1         | 0        | 0         | 0        | 0        | 0         | 0        | 3         |
| <b>TOTAL MES</b>                       | <b>4</b> | <b>11</b> | <b>3</b> | <b>11</b> | <b>4</b> | <b>13</b> | <b>5</b> | <b>15</b> | <b>7</b> | <b>2</b> | <b>12</b> | <b>3</b> | <b>90</b> |

**MOTIVOS DE BAJAS OPERADAS O DISPUESTAS (gráfico) -**

**PERIODO: ene. 1999 – dic. 1999**



**7 – ECONOMIA POSTAL Y EVALUACION DE CALIDAD**

Es un área que tiene a su cargo dos aspectos bien diferenciados del análisis del Mercado Postal. Por un lado la evaluación de su comportamiento a través de la recolección trimestral de

datos estadísticos, tanto en lo que hace al Correo Oficial como al total de los Prestadores Privados inscriptos; como así también de la realización de estudios económicos del sector, identificando para ello las variables relevantes para la comprensión del Mercado (cantidad de empresas prestadoras, niveles de facturación, nivel de actividad, productos que distribuyen, ámbito geográfico de prestación, personal afectado al sector, evolución histórica y su correlación respecto del PBI, etc.).

La otra tarea es la de Evaluación de Calidad de los Servicios postales. La misma consiste en la gestión y control de calidad implementado a través de los Sistemas de Evaluación de Calidad de los Servicios Postales (ESEP) y de la medición implementada por la Unión Postal Universal del Control de Calidad de extremo a extremo de las cartas de prueba impuestas. Ello permite monitorear los operativos realizados y sacar todas las conclusiones y resultados que permitan informar sobre las condiciones de prestación de los servicios de parte del Correo Oficial y de los Operadores Postales Privados que tienen servicio ocasional (es decir aquel servicio que posibilita la imposición directa de parte del cliente en buzones sin que medie acuerdo previo con el prestador) respecto de las siguientes variables: confiabilidad o eficacia, eficiencia, celeridad, regularidad y defectos de forma.

## **A - ECONOMIA POSTAL**

### **REALIDAD DEL MERCADO POSTAL ARGENTINO**

Hacemos a continuación una descripción del Mercado Postal Argentino en sus aspectos más relevantes, analizando todos los parámetros de mayor interés tales como el volumen del mercado, la evolución de las ventas, nivel de empleo, evolución de los precios, evolución del PBI, envíos por habitante y otros puntos de interés.

#### **Dimensión del Mercado**

A partir de los relevamientos estadísticos trimestrales realizados por el área específica, se pudo establecer que el movimiento total de piezas postales ha ascendido a 1021,5 millones para el año en estudio, considerando tanto el Correo Argentino S.A. como el total de los Prestadores Postales inscriptos en el RNPS.

En los cuadros N° 1 y 4 se expone el total de piezas despachadas desagregado mes por mes y por tipo de servicios. En el Gráfico N° 1 en cambio, se muestra el total de los envíos por mes, tanto de los Operadores Postales Privados como del Correo Oficial.

En la tabla N° 1 puede observarse la evolución del número de piezas desde 1993 (año en que se crea el Ente Regulador) y 1999, explicitándose la misma también en forma de índices, tomando 1993 como año base.

El análisis de los guarismos permite concluir que la tendencia de la producción postal fue de permanente crecimiento, mostrando sesgos negativos en los años 1997 y 1998 como consecuencia del reacomodamiento de la estrategia comercial del Correo Oficial en su primera etapa de la privatización. Situación que se revierte en el año 1999.

| AÑO  | TOTAL ANUAL   | INDICE ANUAL | CORREO OFICIAL | INDICE C.OFIC. | CORREOS PRIVADOS | INDICE C.PRIV. |
|------|---------------|--------------|----------------|----------------|------------------|----------------|
| 1993 | 529.079.605   | 100          | 375.460.455    | 100            | 153.619.150      | 100            |
| 1994 | 614.005.000   | 116          | 388.923.179    | 104            | 225.081.821      | 147            |
| 1995 | 662.047.000   | 125          | 423.246.000    | 113            | 238.801.000      | 155            |
| 1996 | 712.697.775   | 135          | 434.354.000    | 116            | 278.343.775      | 181            |
| 1997 | 807.704.172   | 153          | 390.867.959    | 104            | 416.836.213      | 271            |
| 1998 | 868.771.978   | 164          | 376.474.165    | 100            | 492.297.813      | 320            |
| 1999 | 1.021.512.184 | 193          | 418.163.000    | 111            | 603.349.184      | 393            |

En la Tabla N° 2 se exponen los mismos datos, pero con el objeto de mostrar la variación porcentual de cada año respecto del anterior.

Tabla N° 2

| AÑO  | TOTAL ANUAL   | VAR. % TOTAL | CORREO OFICIAL | VAR % C.OFIC. | CORREOS PRIVADOS | VAR.% C.PRIV. |
|------|---------------|--------------|----------------|---------------|------------------|---------------|
| 1993 | 529.079.605   |              | 375.460.455    |               | 153.619.150      |               |
| 1994 | 614.005.000   | 16,05%       | 388.923.179    | 3,59%         | 225.081.821      | 46,52%        |
| 1995 | 662.047.000   | 7,82%        | 423.246.000    | 8,83%         | 238.801.000      | 6,10%         |
| 1996 | 712.697.775   | 7,65%        | 434.354.000    | 2,62%         | 278.343.775      | 16,56%        |
| 1997 | 807.704.172   | 13,33%       | 390.867.959    | -10,01%       | 416.836.213      | 49,76%        |
| 1998 | 868.771.978   | 7,56%        | 376.474.165    | -3,68%        | 492.297.813      | 18,10%        |
| 1999 | 1.021.512.184 | 17,58%       | 418.163.000    | 11,07%        | 603.349.184      | 22,56%        |

### Evolución del Mercado Postal por tipo de servicio desde 1997 a 1999

La evaluación en particular del año 1999 permite observar un aumento en la cantidad total de envíos de un 17,58% respecto de 1998. Este incremento es consecuencia de un crecimiento en el volumen de piezas del 11,07% para el Correo Oficial y del 22,56% para el total de los Operadores Privados. Todo ello incidido fundamentalmente, tal como se desprende de los guarismos consignados en la Tabla N° 3, por el crecimiento de los servicios carta expreso (29,6%), carta factura (69,38%), tarjetas de crédito (26,92%), carta documento (22,3%), paquetes (6,03%) y couriers (45,55%) en el caso del Correo Argentino, y para los Correos Privados por el crecimiento de los siguientes servicios: carta factura (15,22%), mailings e impresos (33,28%), tarjetas de crédito (22,06%) y diarios y revistas (61,64%).

En el caso de la paquetería, los correos privados cayeron un 32%, registrándose en cambio un aumento del 6% en el Correo Oficial, no obstante vemos que la caída de un sector no llega a ser absorbida por el otro, si tenemos en cuenta que ambos distribuían cantidades del mismo orden. En este mercado tenemos que considerar otros aspectos. Se sabe que las empresas de transporte son importantes competidores en el servicio de encomiendas, por lo tanto si bien este servicio siempre existió, es probable que en estos años dicho mercado se haya incrementado, aunque no podamos disponer con certeza de dicho dato ya que los relevamientos estadísticos efectuados por la Gerencia de Servicios Postales absorben sólo aquellas empresas que tienen actividad postal.

Tabla N°3

| TIPO DE SERVICIO        | 1997        |             | 1998        |             | 1999        |             |
|-------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
|                         | C.OFICIAL   | C.PRIVADOS  | C.OFICIAL   | C.PRIVADOS  | C.OFICIAL   | C.PRIVADOS  |
| Carta Simple            | 207.553.395 | 100.448.698 | 176.141.935 | 108.885.684 | 157.005.000 | 104.598.968 |
| <b>Carta Control</b>    | 36.407.313  | 89.355.087  | 34.141.791  | 110.631.892 | 31.628.000  | 159.526.131 |
| <b>Carta Expreso</b>    | 1.030.204   | 3.811.864   | 2.426.377   | 4.756.109   | 3.146.000   | 2.295.537   |
| <b>Carta Factura</b>    | 85.774.293  | 92.709.929  | 83.867.433  | 130.406.106 | 142.056.000 | 150.254.187 |
| <b>Mail/Impresos</b>    | 50.399.141  | 98.864.052  | 67.914.784  | 98.450.580  | 73.742.000  | 131.214.752 |
| <b>Tarj .de Credito</b> | 805.991     | 1.491.197   | 977.810     | 2.592.662   | 1.241.000   | 3.164.695   |
| <b>Cta. Documento</b>   | 4.392.180   | 868.390     | 5.288.537   | 387.908     | 6.467.000   | 242.517     |
| <b>E.P.P.</b>           | 1.468.929   | S/D         | 2.168.576   | S/D         | S/D         | S/D         |
| <b>Diarios y Rev.s</b>  | S/D         | 21.905.714  | S/D         | 27.968.954  | S/D         | 45.208.981  |
| <b>C. Electrónico</b>   | S/D         | 89.906      | S/D         | 5.252       | S/D         | 21.771      |
| <b>Bolsines/Clear.</b>  | 962.130     | 3.203.184   | 883.616     | 3.159.612   | S/D         | 2.964.188   |
| <b>Paquetes</b>         | 1.988.953   | 2.843.505   | 2.545.824   | 3.521.767   | 2.707.000   | 2.399.606   |
| <b>Couriers</b>         | 85.430      | 1.244.687   | 117.482     | 1.531.287   | 171.000     | 1.457.851   |

La Tabla Nº 3 muestra en valores absolutos la cantidad de envíos por tipo de servicios distribuidos por el Correo Oficial y los operadores postales privados en el trienio 1997/1999.

El análisis de los datos en términos relativos y acumulados de extremo a extremo, permite arribar a las siguientes conclusiones:

**Correo Argentino S.A.:** registra durante el período mencionado, una importante caída de la carta simple (-24,35%) y de las cartas certificadas (-13,1%), merma que fue compensada por el incremento en otros productos con mayor valor agregado a saber: carta expreso (105,38%), carta factura (65,61%), mailings e impresos (46,32%), tarjetas de crédito ( 53,97%), paquetes (36,10%) y couriers (100 %).

Además cabe destacar que en 1999 el Correo Oficial dejó de prestar el servicio Envíos Postales Preferenciales, el cual según la explicación dada por el Concesionario ya había alcanzado muy bajos niveles de utilización al momento del inicio de la concesión. El mismo fue absorbido por los productos carta expreso y carta rápida, con sus estándares de tratamiento y con la mejora de haber quedado de este modo incorporado al seguimiento y rastreo informático a través del sistema de Track & Trace; según informe suministrado por la Empresa al Ente Regulador.

**Operadores Privados:** registran un aumento en los servicios de carta simple (4,13%), cartas control ( 78,53%), carta factura ( 62,07%), mailings e impresos ( 32,72%), tarjetas de crédito (112,22%), diarios y revistas ( 106,38%) y couriers ( 17,12%), con disminuciones importantes en las cartas documento ( 72,07%), en las cartas expreso (39,78%), y de menor cuantía en el rubro paquetes ( 15,61%).

## ENVIOS POR HABITANTE POR AÑO

El volumen de envíos postales que se realiza en un país, tiene una fuerte relación con el Producto Bruto per Capita. Es por ello que analizamos los valores de los envíos por habitante.

Dentro del Mercosur, los valores alcanzados en la Argentina solo se pueden comparar con Brasil, país respecto del cual se fue reduciendo la brecha existente en años anteriores.

Muy lejos de estos valores se encuentran los países de Europa y más aún los Estados Unidos con 729 envíos por habitante, cifra que por cierto, muestra un fuerte contraste con los valores de los países europeos que oscilan entre 100 y más de 400 envíos por habitante.

Tabla N°4

| PAIS             | 1993 | 1994 | 1995 | 1996 | 1997 | 1998   | 1999 |
|------------------|------|------|------|------|------|--------|------|
| EE.UU de AMERICA | 655  | 670  | 677  | 689  | 705  | 728,91 | S/D  |
| FRANCIA          | 437  | 418  | 412  | 416  | 377  | 435,91 | S/D  |
| ESPAÑA           | 107  | 108  | 105  | 108  | 106  | 111,80 | S/D  |
| GRAN BRETAÑA     | 286  | 299  | 312  | 312  | 332  | 324,94 | S/D  |
| <b>MERCOSUR</b>  |      |      |      |      |      |        |      |
| BRASIL           | 26   | 27   | 36   | 34   | 34   | 38     | 33   |
| ARGENTINA        | 16   | 18   | 19   | 20   | 23   | 24     | 28   |
| URUGUAY          | 3    | 4    | 3    | 3    | 6    | 7      | 9    |
| PARAGUAY         | 1    | 0,74 | 0,63 | 0,55 | 0,55 | 0,47   | 0,37 |

FUENTE:1993/1998– Estadísticas de los Servicios Postales – U.P.U.  
1998/1999 – Administraciones Postales respectivas (Mercosur)

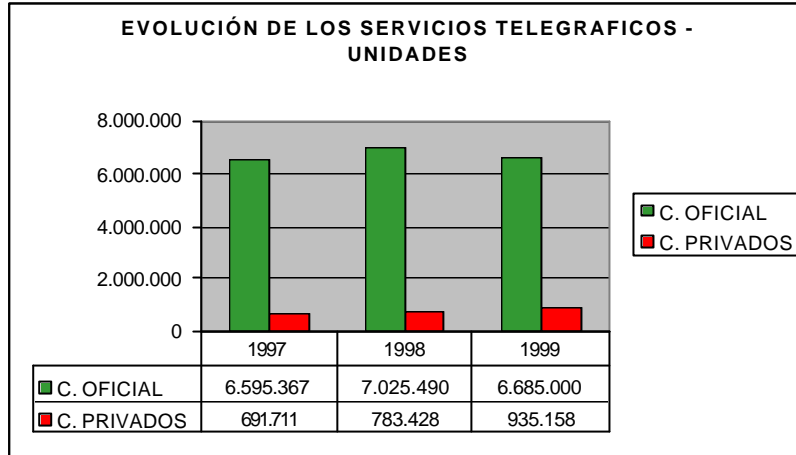
### SERVICIOS TELEGRAFICOS Y MONETARIOS

En el año 1999 la cantidad de telegramas fue de 7,62 millones y la emisión de giros alcanzó a 3,23 millones.

En los Cuadros N° 2, N° 3 y N° 5 vemos el movimiento de estos servicios mes por mes para el año bajo estudio tanto en el Correo Oficial como en el total de los Operadores Privados.

Si queremos ver cómo evolucionaron estos servicios desde 1997 (año desde el que relevamos estos datos) hasta 1999, se exponen el gráfico y la tabla siguientes. De los Servicios Monetarios no presentamos gráfico ya que solo el Correo Oficial presta este tipo de servicios.

### SERVICIOS TELEGRAFICOS



### SERVICIOS MONETARIOS

Tabla N° 5

| AÑO  | UNIDADES  |
|------|-----------|
| 1997 | 3.472.061 |
| 1998 | 3.623.555 |
| 1999 | 3.230.000 |



## VENTAS DE SERVICIOS POSTALES, TELEGRAFICOS Y MONETARIOS

Los servicios postales, telegráficos y monetarios registraron un volumen de negocios de \$1.067,17 millones de los cuales \$979,03 millones corresponden a servicios postales, \$53,5 millones a los servicios telegráficos y \$34,7 millones a servicios monetarios. Todo ello como resultado de la actividad desarrollada por el Correo Argentino S.A. y total de los prestadores postales inscriptos, que para el año bajo examen totalizaron 280 empresas inscriptas al cierre del ejercicio.

La distribución mensual de estas cifras se detallan en los Cuadros N° 6, N° 7 y N° 8 y Gráfico N° 2.

### ANALISIS DE LA FACTURACION

#### SERVICIOS POSTALES

En primer lugar desarrollamos esta evolución en forma de índice tomando como base 1993, año de la desregulación del Mercado Postal.

BASE 1993  
Tabla N°6

| <b>AÑO</b>  | <b>TOTAL ANUAL</b> | <b>INDICE ANUAL</b> | <b>CORREO OFICIAL</b> | <b>INDICE C.OFIC.</b> | <b>CORREOS PRIVADOS</b> | <b>INDICE C.PRIV.</b> |
|-------------|--------------------|---------------------|-----------------------|-----------------------|-------------------------|-----------------------|
| <b>1993</b> | 675.343.341        | 100                 | 273.631.000           | 100                   | 401.712.341             | 100                   |
| <b>1994</b> | 814.438.680        | 121                 | 307.970.000           | 113                   | 506.468.680             | 126                   |
| <b>1995</b> | 817.416.071        | 121                 | 354.648.000           | 130                   | 462.768.071             | 115                   |
| <b>1996</b> | 840.492.018        | 124                 | 409.555.000           | 150                   | 430.937.018             | 107                   |
| <b>1997</b> | 866.100.606        | 128                 | 376.052.000           | 137                   | 490.048.606             | 122                   |
| <b>1998</b> | 960.126.293        | 142                 | 406.301.000           | 148                   | 553.825.293             | 138                   |
| <b>1999</b> | 979.026.496        | 145                 | 414.828.000           | 152                   | 564.198.496             | 140                   |

De acuerdo a este índice se ve claramente que el Correo Oficial ha incrementado su facturación en un 52% respecto del año 1993, y los correos privados un 40%.

En el caso de estos últimos es bastante previsible ya que el número de correos inscriptos se duplicó respecto de ese año, aunque cabe aclarar que los correos más importantes estuvieron desde un comienzo.

De todos modos si comparamos el crecimiento de la facturación de los Operadores Privados con el del volumen de unidades, no se evidencia una correlación entre ambas ya que este último aumentó un 300%. Ello estaría indicando la incorporación de una gran cantidad de servicios de muy bajo costo, por tratarse de precios pactados con los clientes - en general empresas - tales como las cartas facturas, los mailings e impresos, las revistas y periódicos y otros que en estos últimos años han proliferado de un modo considerable dada las exigencias de las nuevas técnicas de comercialización y la competencia existente en el mercado. Es decir, que debido al gran volumen de envíos que manejan algunos clientes se pactan servicios a precios muy inferiores que si se tratara de cantidades negociadas en menor escala.

Refiriéndonos al Correo Oficial las cosas son un tanto diferentes ya que la facturación creció respecto del año 1993 en un 52% y las unidades solo registraron un incremento del 11 % respecto del mismo año.

Esto estaría indicando que hubo una demanda mayor de los servicios más caros, y una caída en las ventas de los servicios más económicos, lo cual se ve perfectamente en la tabla N°3 en donde se presenta la evolución por tipo de servicios.

Vemos en la siguiente tabla cómo varían las ventas en forma porcentual cada año respecto del año anterior.

Tabla N°7

| <b>AÑO</b>  | <b>TOTAL ANUAL</b> | <b>VAR. %<br/>TOTAL</b> | <b>CORREO<br/>OFICIAL</b> | <b>VAR %<br/>C.OFIC.</b> | <b>CORREOS<br/>PRIVADOS</b> | <b>VAR.%<br/>C.PRIV.</b> |
|-------------|--------------------|-------------------------|---------------------------|--------------------------|-----------------------------|--------------------------|
| <b>1993</b> | 675.343.341        |                         | 273.631.000               |                          | 401.712.341                 |                          |
| <b>1994</b> | 814.438.680        | <b>21%</b>              | 307.970.000               | <b>13%</b>               | 506.468.680                 | <b>26%</b>               |
| <b>1995</b> | 817.416.071        | <b>0,4%</b>             | 354.648.000               | <b>15%</b>               | 462.768.071                 | <b>-9%</b>               |
| <b>1996</b> | 840.492.018        | <b>3%</b>               | 409.555.000               | <b>15%</b>               | 430.937.018                 | <b>-7%</b>               |
| <b>1997</b> | 866.100.606        | <b>3%</b>               | 376.052.000               | <b>-8%</b>               | 490.048.606                 | <b>14%</b>               |
| <b>1998</b> | 960.126.293        | <b>11%</b>              | 406.301.000               | <b>8%</b>                | 553.825.293                 | <b>13%</b>               |
| <b>1999</b> | 979.026.496        | <b>2%</b>               | 414.828.000               | <b>2%</b>                | 564.198.496                 | <b>2%</b>                |

Los Correos Privados experimentan caídas en el año 1995 y en el año 1996 para luego comenzar a crecer en forma sostenida hasta el año 1999. En cambio, el Correo Oficial cayó en el año 1997 en que se produjo su privatización, aunque luego se fue recuperando.

El año 1999 registró un aumento del 2% aproximadamente, tanto en el Correo Oficial como en el total de las Operadores Privados, respecto de 1998.

Si lo evaluamos en forma separada, los Correos Privados aumentan el 2% en las ventas y registra para el mismo período un incremento del 22,6% en las unidades.

Remitiendonos a la Tabla N°3 ya vimos que la mayoría de los servicios han registrado un aumento en las cantidades en forma individual, pero también se puede ver que los servicios que se incrementaron de un modo más importante han sido los de menor valor, tales como las cartas factura y los mailings e impresos. Si bien las cartas con control aumentaron, también en este caso, se manejan diferentes precios por tratarse de servicios pactados, lo que hace que en algunos casos las mismas sean inferiores a las tarifas que rigen para los servicios ocasionales. Además como contrapartida se ve que los servicios de mayor valor sufrieron una caída, como así también los precios promedio totales en un 16,07%.

La facturación del Correo Argentino S.A. creció un 2%, en tanto la cantidad de envíos lo hizo en un 11,07%. Ello obedece, tal como se mostrara en la Tabla N° 3, al importante crecimiento que registraron los servicios acordados con clientes corporativos (empresas) como las cartas facturas, mailings e impresos a un bajo precio y a la desaparición del servicio "Envíos Postales Preferenciales", lo que no pudo ser compensado con el incremento en otros servicios como paquetes, couriers y cartas documentos todos ellos de mayor precio, pero de muy poca importancia relativa respecto al volumen total. Por otra parte y tal como lo muestra el Cuadro referido a la "Evolución de los Precios", los promedios correspondientes al Correo Oficial cayeron en 1999 un 8,33% respecto del año anterior.

### **SERVICIOS TELEGRAFICOS Y MONETARIOS**

El detalle de las ventas de estos servicios está en los Cuadros N°2 y N°3 para el Correo Argentino y Cuadro N° 5 para los Correos Privados.

La evolución de los servicios telegráficos desde 1997 a la fecha es la siguiente:

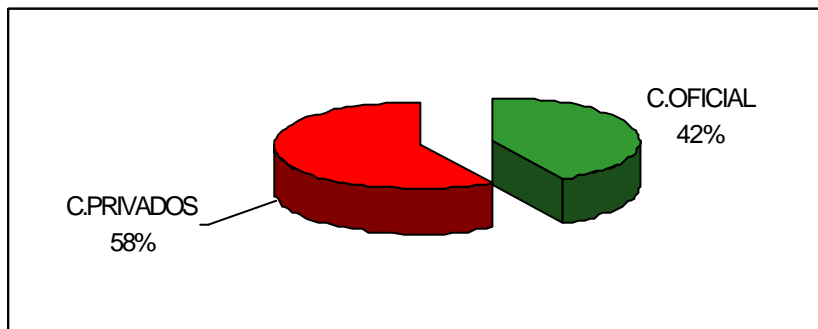
| AÑO  | C.PRIVADOS | C.OFICIAL  | TOTALES           |
|------|------------|------------|-------------------|
| 1997 | 43.191.000 | 9.683.954  | <b>52.874.954</b> |
| 1998 | 42.629.000 | 10.967.992 | <b>53.596.992</b> |
| 1999 | 40.490.000 | 13.002.540 | <b>53.492.540</b> |

En cuanto a los servicios monetarios solo existen en el Correo Oficial. Su evolución es la siguiente:

| AÑO  | VENTAS     |
|------|------------|
| 1997 | 31.992.000 |
| 1998 | 33.885.000 |
| 1999 | 34.654.000 |

#### **DISTRIBUCION DE LAS VENTAS DE ACUERDO AL TAMAÑO DE LAS EMPRESAS**

El total de la facturación del mercado postal argentino se distribuye entre el Correo Argentino y el total de los Correos Privados de la siguiente manera:

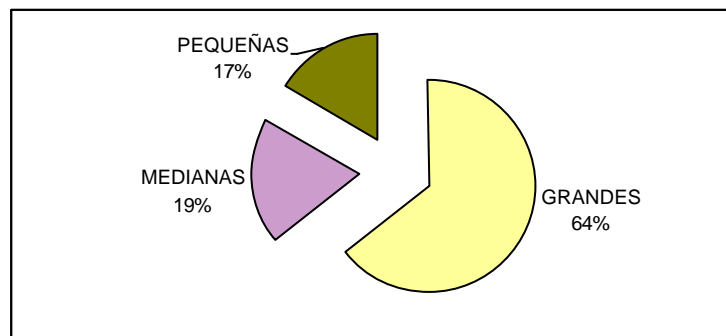


Es decir que el 42 % del total de las ventas corresponde al Correo Oficial y el 58% al conjunto de los Correos Privados inscriptos

Refiriéndonos exclusivamente al Mercado de los Prestadores Privados, y clasificando a las empresas de acuerdo al monto de sus ventas, podemos dividir el mercado entre empresas grandes, medianas y pequeñas.

De acuerdo a ello nos quedaría la siguiente distribución:

Las empresas que estarían dentro del grupo denominado "grandes empresas" abarca el



3% del total de las inscriptas en promedio en el año y tiene el 64% de la facturación total de los Correos Privados; las “empresas medianas” estarían concentrando el 19 % de dicha facturación y el resto, que se ubicarían dentro del grupo de las “pequeñas empresas”, abarcan el 90 % del total de Correo inscriptos con una facturación que llegaría el 17 % del total.

Cabe aclarar que hay un número considerable de Prestadores Postales, dentro de los que estarían algunos de los correos más importantes que no presentan el monto de las ventas sino el IVA correspondiente a las mismas, dato sobre cuya base el Organismo debe deducir la facturación. Por esta razón, la misma no deja de ser aproximada.

### **EVOLUCION DEL P.B.I. y DE LAS VENTAS**

Como puede observarse en el Gráfico Nº 3 los ingresos del Mercado Postal, Telegráfico y Monetario registraron un incremento del 1,87% en tanto que a valores corrientes el Producto Bruto Interno bajó en 1999 un 5,15%. Este comportamiento, obedece a que la producción postal acompañó a la evolución de los sectores productores de servicios los que registraron en su conjunto un comportamiento levemente expansivo.

### **NIVEL DE EMPLEO**

El nivel de empleo del sector que al cierre de 1998 ascendía a 35580, a fines de 1999 alcanzó la cifra de 35074 sumando Correo Argentino y el total de los Prestadores inscriptos. Esto significa que hubo una caída del 1,4% respecto del año anterior

| <b>AÑO</b>  | <b>Nº de Empleados</b> | <b>Variación %</b> |
|-------------|------------------------|--------------------|
| <b>1997</b> | 40.049                 | -                  |
| <b>1998</b> | 35.580                 | -11,16%            |
| <b>1999</b> | 35074                  | -1,4%              |

### **EVOLUCION DE LOS PRECIOS**

En la tabla siguiente se muestra la evolución del precio promedio global del mercado postal. Como puede observarse los mismos disminuyeron considerablemente respecto del año anterior, tanto en el nivel global (13,5%), como los correspondientes al Correo Oficial (8,33%) y a los Operadores Postales Privados (16,07%).

| <b>AÑO</b>  | <b>GLOBAL</b> | <b>C.OFICIAL</b> | <b>C.PRIVADOS</b> |
|-------------|---------------|------------------|-------------------|
| <b>1993</b> | 1,28          | 0,73             | 2,61              |
| <b>1994</b> | 1,33          | 0,79             | 2,25              |
| <b>1995</b> | 1,23          | 0,84             | 1,94              |
| <b>1996</b> | 1,18          | 0,94             | 1,55              |
| <b>1997</b> | 1,07          | 0,96             | 1,18              |
| <b>1998</b> | 1,11          | 1,08             | 1,12              |
| <b>1999</b> | 0,96          | 0,99             | 0,94              |

### **PIEZAS EXPEDIDAS AL EXTERIOR**

De los relevamientos realizados por esta Gerencia a lo largo del año se determinó que el total de envíos despachados al exterior fue de 16.485.825; lo que estaría significando una caída del 2,82% respecto del año anterior; siempre sumando el Correo Argentino y el total de Prestadores inscriptos.

La distribución porcentual de estos envíos de acuerdo al destino es la siguiente:

| DESTINO       | % S/TOTAL |
|---------------|-----------|
| Mercosur      | 18,87%    |
| resto A.del S | 14,38%    |
| A. Central    | 1,53%     |
| A. Del Norte  | 24,89%    |
| Europa        | 33,07%    |
| Africa        | 0,50%     |
| Asia          | 5,00%     |
| Oceanía       | 1,76%     |

A continuación se exponen las cifras correspondientes a esos destinos discriminadas en Correo Oficial y Correos Privados.

| DESTINO        | C.PRIVADOS       | C.OFICIAL         | TOTALES           |
|----------------|------------------|-------------------|-------------------|
| Mercosur       | 460.343          | 2.648.476         | 3.108.819         |
| resto A.del S  | 300.573          | 2.070.793         | 2.371.366         |
| A. Central     | 51.146           | 201.021           | 252.167           |
| A. Del Norte   | 407.546          | 3.696.249         | 4.103.795         |
| Europa         | 259.594          | 5.193.829         | 5.453.423         |
| Africa         | 8.400            | 75.195            | 83.595            |
| Asia           | 79.269           | 743.276           | 822.545           |
| Oceanía        | 21.386           | 268.729           | 290.115           |
| <b>Totales</b> | <b>1.588.257</b> | <b>14.897.568</b> | <b>16.485.825</b> |

## TOTAL DE ENVIOS AÑO 1999

### CORREO ARGENTINO SERVICIOS POSTALES

CUADRO Nº 1

| Mes            | C.Simple           | C.Control         | C.Expreso        | C.Factura          | Mail/Impres.      | Tarj.de Cred.    | C.Docum.         | Paquetes         | Couriers       | Totales            |
|----------------|--------------------|-------------------|------------------|--------------------|-------------------|------------------|------------------|------------------|----------------|--------------------|
| ene-99         | 19.368.000         | 2.341.000         | 139.000          | 6.367.000          | 4.555.000         | 111.000          | 402.000          | 194.000          | 9.000          | <b>33.486.000</b>  |
| feb-99         | 11.127.000         | 2.305.000         | 167.000          | 12.272.000         | 4.374.000         | 77.000           | 546.000          | 208.000          | 9.000          | <b>31.085.000</b>  |
| mar-99         | 12.525.000         | 2.995.000         | 240.000          | 10.475.000         | 5.171.000         | 104.000          | 531.000          | 258.000          | 13.000         | <b>32.312.000</b>  |
| abr-99         | 13.277.000         | 2.592.000         | 217.000          | 13.580.000         | 6.344.000         | 132.000          | 560.000          | 230.000          | 10.000         | <b>36.942.000</b>  |
| may-99         | 13.751.000         | 2.415.000         | 224.000          | 12.048.000         | 5.608.000         | 113.000          | 549.000          | 178.000          | 13.000         | <b>34.899.000</b>  |
| jun-99         | 11.592.000         | 2.454.000         | 258.000          | 8.507.000          | 5.232.000         | 95.000           | 560.000          | 230.000          | 14.000         | <b>28.942.000</b>  |
| jul-99         | 11.553.000         | 2.659.000         | 263.000          | 11.951.000         | 6.921.000         | 128.000          | 539.000          | 235.000          | 15.000         | <b>34.264.000</b>  |
| ago-99         | 13.325.000         | 2.887.000         | 271.000          | 14.343.000         | 6.974.000         | 128.000          | 551.000          | 219.000          | 14.000         | <b>38.712.000</b>  |
| sep-99         | 11.787.000         | 2.896.000         | 297.000          | 10.571.000         | 6.882.000         | 106.000          | 547.000          | 242.000          | 16.000         | <b>33.344.000</b>  |
| oct-99         | 12.303.000         | 2.638.000         | 349.000          | 13.896.000         | 7.646.000         | 94.000           | 495.000          | 221.000          | 15.000         | <b>37.657.000</b>  |
| nov-99         | 11.883.000         | 2.655.000         | 321.000          | 13.794.000         | 7.885.000         | 80.000           | 547.000          | 208.000          | 17.000         | <b>37.390.000</b>  |
| dic-99         | 14.514.000         | 2.791.000         | 400.000          | 14.252.000         | 6.150.000         | 73.000           | 640.000          | 284.000          | 26.000         | <b>39.130.000</b>  |
| <b>Totales</b> | <b>157.005.000</b> | <b>31.628.000</b> | <b>3.146.000</b> | <b>142.056.000</b> | <b>73.742.000</b> | <b>1.241.000</b> | <b>6.467.000</b> | <b>2.707.000</b> | <b>171.000</b> | <b>418.163.000</b> |

### SERVICIOS TELEGRAFICOS

CUADRO Nº 2

| Mes            | Teleg.Simple     | Teleg.Colac.   | Teleg.Lab.       | Totales          |
|----------------|------------------|----------------|------------------|------------------|
| ene-99         | 388.000          | 17.000         | 130.000          | <b>535.000</b>   |
| feb-99         | 418.000          | 20.000         | 152.000          | <b>590.000</b>   |
| mar-99         | 437.000          | 24.000         | 193.000          | <b>654.000</b>   |
| abr-99         | 412.000          | 19.000         | 159.000          | <b>590.000</b>   |
| may-99         | 371.000          | 18.000         | 142.000          | <b>531.000</b>   |
| jun-99         | 399.000          | 19.000         | 129.000          | <b>547.000</b>   |
| jul-99         | 410.000          | 21.000         | 116.000          | <b>547.000</b>   |
| ago-99         | 393.000          | 22.000         | 101.000          | <b>516.000</b>   |
| sep-99         | 380.000          | 19.000         | 134.000          | <b>533.000</b>   |
| oct-99         | 356.000          | 17.000         | 119.000          | <b>492.000</b>   |
| nov-99         | 407.000          | 19.000         | 146.000          | <b>572.000</b>   |
| dic-99         | 410.000          | 19.000         | 149.000          | <b>578.000</b>   |
| <b>Totales</b> | <b>4.781.000</b> | <b>234.000</b> | <b>1.670.000</b> | <b>6.685.000</b> |

### SERVICIOS MONETARIOS

CUADRO Nº 3

| Mes            | Giros Post.      | Giros Teleg.     | Otros Serv.Mon. | Totales          |
|----------------|------------------|------------------|-----------------|------------------|
| ene-99         | 98.000           | 156.000          | 28.000          | <b>282.000</b>   |
| feb-99         | 100.000          | 161.000          | 15.000          | <b>276.000</b>   |
| mar-99         | 123.000          | 174.000          | 26.000          | <b>323.000</b>   |
| abr-99         | 103.000          | 144.000          | 25.000          | <b>272.000</b>   |
| may-99         | 96.000           | 135.000          | 24.000          | <b>255.000</b>   |
| jun-99         | 109.000          | 127.000          | 20.000          | <b>256.000</b>   |
| jul-99         | 120.000          | 132.000          | 17.000          | <b>269.000</b>   |
| ago-99         | 140.000          | 130.000          | 4.000           | <b>274.000</b>   |
| sep-99         | 116.000          | 127.000          | 10.000          | <b>253.000</b>   |
| oct-99         | 118.000          | 117.000          | 0               | <b>235.000</b>   |
| nov-99         | 127.000          | 129.000          | 15.000          | <b>271.000</b>   |
| dic-99         | 124.000          | 128.000          | 12.000          | <b>264.000</b>   |
| <b>Totales</b> | <b>1.374.000</b> | <b>1.660.000</b> | <b>196.000</b>  | <b>3.230.000</b> |

## TOTAL DE ENVIOS AÑO 1999

### CORREOS PRIVADOS SERVICIOS POSTALES

CUADRO N° 4

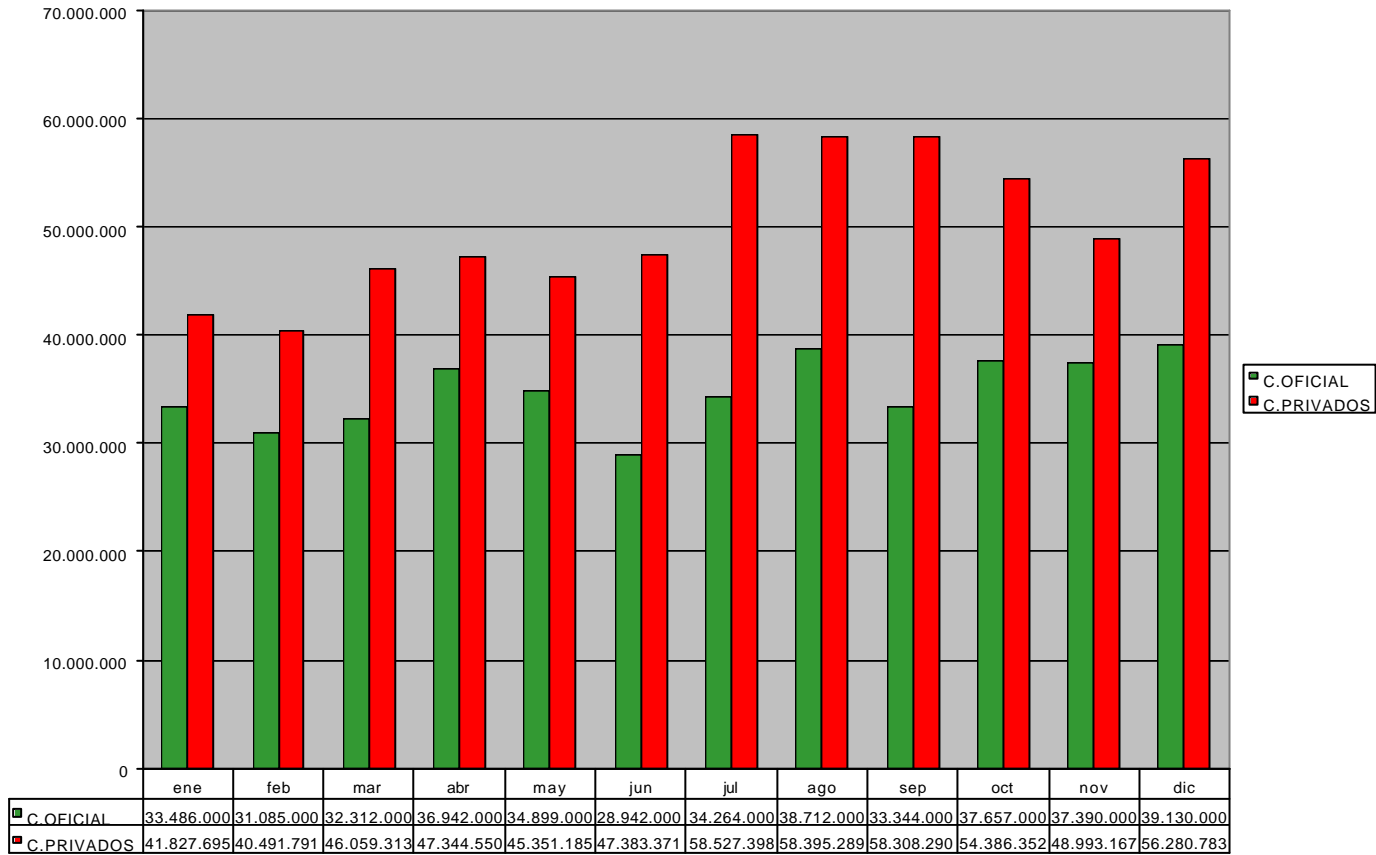
| Mes            | C.Simple           | C.Control          | C.Expreso        | C.Factura          | Mail./impres.      | Diarios/Rev.      | Tarj.de Cred     | C.Electr.     | C.Docum.       | Bols./Clear.     | Paquetes         | Couriers         | Totales            |
|----------------|--------------------|--------------------|------------------|--------------------|--------------------|-------------------|------------------|---------------|----------------|------------------|------------------|------------------|--------------------|
| ene-99         | 8.921.229          | 10.821.171         | 209.271          | 10.933.798         | 7.566.078          | 2.378.582         | 304.297          | 184           | 22.106         | 245.241          | 302.043          | 123.695          | 41.827.695         |
| feb-99         | 7.742.179          | 9.295.222          | 229.549          | 11.954.946         | 8.353.999          | 2.050.195         | 267.679          | 0             | 16.673         | 254.164          | 217.631          | 109.554          | 40.491.791         |
| mar-99         | 9.461.035          | 10.765.068         | 203.632          | 13.327.613         | 8.872.296          | 2.584.766         | 243.299          | 0             | 13.927         | 261.326          | 205.733          | 120.618          | 46.059.313         |
| abr-99         | 8.574.090          | 12.268.491         | 171.514          | 13.660.806         | 9.312.136          | 2.549.393         | 227.378          | 0             | 9.169          | 241.983          | 199.456          | 130.134          | 47.344.550         |
| may-99         | 7.646.780          | 12.294.998         | 206.083          | 11.813.225         | 8.723.624          | 3.925.844         | 182.866          | 0             | 26.302         | 241.947          | 183.563          | 105.953          | 45.351.185         |
| jun-99         | 8.208.269          | 10.322.891         | 201.349          | 14.440.002         | 8.457.993          | 5.023.102         | 180.881          | 0             | 21.081         | 238.212          | 170.916          | 118.675          | 47.383.371         |
| jul-99         | 7.631.103          | 15.474.504         | 121.822          | 12.150.588         | 14.247.080         | 8.118.556         | 230.430          | 0             | 14.802         | 245.183          | 166.391          | 126.939          | 58.527.398         |
| ago-99         | 8.326.391          | 15.886.700         | 157.406          | 13.001.823         | 14.612.698         | 5.357.872         | 485.711          | 21.587        | 14.684         | 244.775          | 174.647          | 110.995          | 58.395.289         |
| sep-99         | 7.942.474          | 16.167.106         | 145.915          | 11.647.008         | 15.199.854         | 6.401.319         | 253.795          | 0             | 14.382         | 237.200          | 183.391          | 115.846          | 58.308.290         |
| oct-99         | 9.998.986          | 15.426.506         | 189.164          | 12.156.230         | 13.612.910         | 2.188.654         | 249.401          | 0             | 21.234         | 250.340          | 174.433          | 118.494          | 54.386.352         |
| nov-99         | 9.848.461          | 15.085.706         | 211.619          | 12.001.696         | 8.615.036          | 2.429.451         | 212.454          | 0             | 21.017         | 249.821          | 200.972          | 116.934          | 48.993.167         |
| dic-99         | 10.297.971         | 15.717.768         | 248.213          | 13.166.452         | 13.641.048         | 2.201.247         | 326.504          | 0             | 47.140         | 253.996          | 220.430          | 160.014          | 56.280.783         |
| <b>Totales</b> | <b>104.598.968</b> | <b>159.526.131</b> | <b>2.295.537</b> | <b>150.254.187</b> | <b>131.214.752</b> | <b>45.208.981</b> | <b>3.164.695</b> | <b>21.771</b> | <b>242.517</b> | <b>2.964.188</b> | <b>2.399.606</b> | <b>1.457.851</b> | <b>603.349.184</b> |

### SERVICIOS TELEGRAFICOS CUADRO N° 5

| Mes            | Teleq.Simple  | Teleq.Colac.   | Totales        |
|----------------|---------------|----------------|----------------|
| ene-99         | 7             | 66.109         | 66.116         |
| feb-99         | 10            | 70.487         | 70.497         |
| mar-99         | 9             | 83.858         | 83.867         |
| abr-99         | 17            | 91.608         | 91.625         |
| may-99         | 15            | 93.432         | 93.447         |
| jun-99         | 2             | 72.133         | 72.135         |
| jul-99         | 2             | 71.900         | 71.902         |
| ago-99         | 1             | 62.824         | 62.825         |
| sep-99         | 4             | 67.043         | 67.047         |
| oct-99         | 9.493         | 77.351         | 86.844         |
| nov-99         | 563           | 64.126         | 64.689         |
| dic-99         | 1.086         | 103.078        | 104.164        |
| <b>Totales</b> | <b>11.209</b> | <b>923.949</b> | <b>935.158</b> |

ACTIVIDAD POSTAL AÑO 1999  
(Cantidad de piezas postales mes por mes)

GRAFICO N° 1





**VENTAS SIN IVA – POR TIPO DE SERVICIO**

**SERVICIOS POSTALES**

| PERIODO      | C.OFICIAL          | C.PRIVADOS         | TOTAL VENTAS S/IVA |
|--------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| ene-99       | 34.130.000         | 44.134.513         | 78.264.513         |
| feb-99       | 31.220.000         | 41.105.877         | 72.325.877         |
| mar-99       | 35.243.000         | 46.600.194         | 81.843.194         |
| abr-99       | 35.757.000         | 46.247.961         | 82.004.961         |
| may-99       | 32.296.000         | 44.440.013         | 76.736.013         |
| jun-99       | 31.713.000         | 46.056.408         | 77.769.408         |
| jul-99       | 34.027.000         | 48.155.271         | 82.182.271         |
| ago-99       | 36.028.000         | 48.712.501         | 84.740.501         |
| sep-99       | 33.934.000         | 45.697.921         | 79.631.921         |
| oct-99       | 33.486.000         | 49.359.198         | 82.845.198         |
| nov-99       | 35.954.000         | 47.062.368         | 83.016.368         |
| dic-99       | 41.040.000         | 56.626.271         | 97.666.271         |
| <b>TOTAL</b> | <b>414.828.000</b> | <b>564.198.496</b> | <b>979.026.496</b> |

CUADRO Nº 6

**SERVICIOS MONETARIOS**

| PERIODO      | C.OFICIAL         | TOTAL VENTAS S/IVA |
|--------------|-------------------|--------------------|
| ene-99       | 2.762.000         | 2.762.000          |
| feb-99       | 2.607.000         | 2.607.000          |
| mar-99       | 3.307.000         | 3.307.000          |
| abr-99       | 2.668.000         | 2.668.000          |
| may-99       | 2.613.000         | 2.613.000          |
| jun-99       | 2.792.000         | 2.792.000          |
| jul-99       | 2.817.000         | 2.817.000          |
| ago-99       | 2.945.000         | 2.945.000          |
| sep-99       | 2.925.000         | 2.925.000          |
| oct-99       | 2.892.000         | 2.892.000          |
| nov-99       | 3.073.000         | 3.073.000          |
| dic-99       | 3.253.000         | 3.253.000          |
| <b>TOTAL</b> | <b>34.654.000</b> | <b>34.654.000</b>  |

CUADRO Nº 7

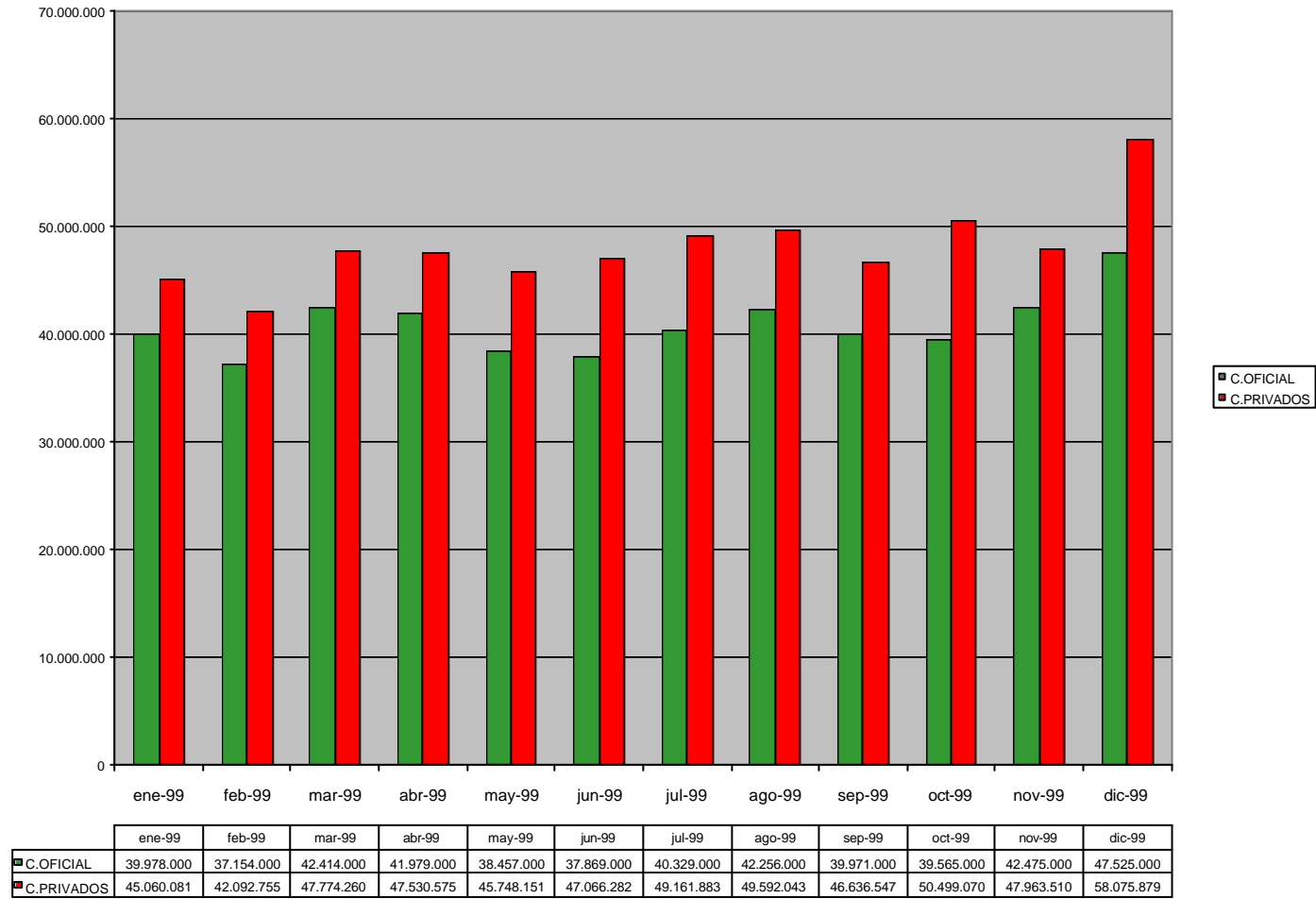
**SERVICIOS TELEGRAFICOS**

| PERIODO      | C.OFICIAL         | C.PRIVADOS        | TOTAL VENTAS S/IVA |
|--------------|-------------------|-------------------|--------------------|
| ene-99       | 3.086.000         | 925.568           | 4.011.568          |
| feb-99       | 3.327.000         | 986.878           | 4.313.878          |
| mar-99       | 3.864.000         | 1.174.066         | 5.038.066          |
| abr-99       | 3.554.000         | 1.282.614         | 4.836.614          |
| may-99       | 3.548.000         | 1.308.138         | 4.856.138          |
| jun-99       | 3.364.000         | 1.009.874         | 4.373.874          |
| jul-99       | 3.485.000         | 1.006.612         | 4.491.612          |
| ago-99       | 3.283.000         | 879.542           | 4.162.542          |
| sep-99       | 3.112.000         | 938.626           | 4.050.626          |
| oct-99       | 3.187.000         | 1.139.872         | 4.326.872          |
| nov-99       | 3.448.000         | 901.142           | 4.349.142          |
| dic-99       | 3.232.000         | 1.449.608         | 4.681.608          |
| <b>TOTAL</b> | <b>40.490.000</b> | <b>13.002.540</b> | <b>53.492.540</b>  |

CUADRO Nº 8

**VENTAS SIN IVA – AÑO 1999 (Incluye Servicios Postales, Telegráficos y Monetarios)**

Gráfico N° 2



Evolución Anual del PBI y de las Ventas en el Mercado Postal Argentino respecto del año anterior  
(a valores corrientes)

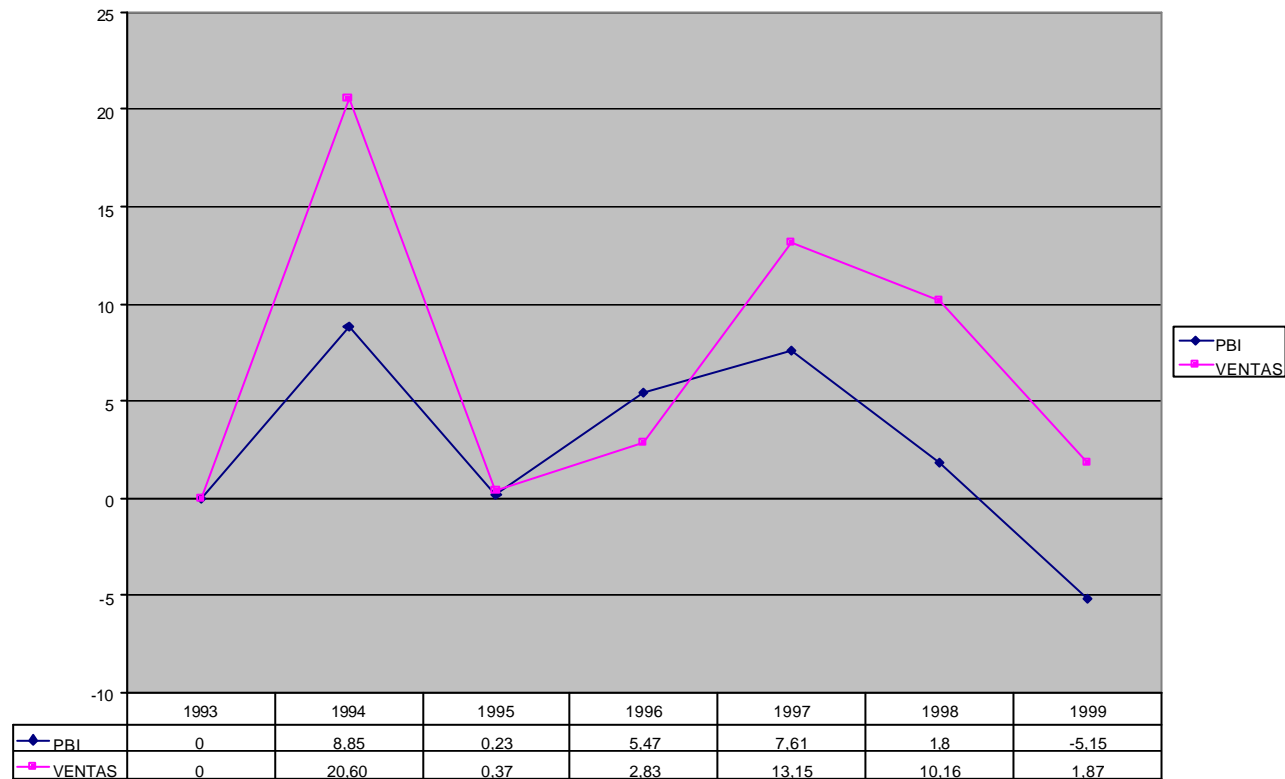


Gráfico N° 3

## **B – CONTROL DE CALIDAD**

En el marco del Proyecto de Control y Fiscalización de los Servicios Postales Básicos Universales para el MERCOSUR, presentado por la Administración Argentina (Comisión Nacional de Comunicaciones) en la IX Reunión Ordinaria de la COMISION TEMATICA DE ASUNTOS POSTALES, y como consecuencia de lo acordado en la reunión realizada en Brasilia en el mes de setiembre de 1998, la Gerencia de Servicios Postales se abocó a la diagramación e implementación de un Operativo de Evaluación de Calidad el que tenía como aspecto prioritario *evaluar las normas de calidad del servicio postal internacional de extremo a extremo en el ámbito del MERCOSUR* y además, por permitirlo el sistema, informar respecto a la confiabilidad, eficiencia, y calidad del intercambio de correspondencia entre los países de la región.

A tal efecto se participó de sendas reuniones del MERCOSUR realizadas en las ciudades de Montevideo (República Oriental del Uruguay) y Brasilia (República Federativa del Brasil). En esta última se acordó realizar entre los países miembros - con excepción de Paraguay que no asistió a dichas reuniones- *y con el carácter de prueba piloto*, un Operativo de Evaluación de Calidad ajustado al Proyecto presentado por Argentina.

El referido operativo se inició a mediados de Diciembre de 1998, respecto del producto carta simple internacional, finalizando el proceso de recepción de cartas de prueba el 15/01/99. Durante 1999 se efectuó la consolidación y análisis de la resultados obtenidos por cada uno de los países participantes.

Al respecto, cabe destacar que en el mes de junio de 1999 la Gerencia de Servicios Postales convocó a una reunión de los especialistas en el tema calidad de servicios postales de los países del Mercosur, a fin de evaluar los resultados obtenidos actuando como documento de trabajo un *Informe Preliminar* confeccionado al efecto por Argentina. De dicha reunión participaron representantes de Brasil, Paraguay y Argentina, no habiendo podido concurrir el representante de Uruguay.

El análisis efectuado permitió concluir que el operativo de Evaluación de Calidad realizado en el ámbito de la región, marcó un punto de partida para impulsar dichos estudios y proseguir con las mediciones en forma periódica a fin de monitorear el comportamiento de los estándares de calidad.

Como consecuencia de ello se elaboró el Informe final del Operativo de Calidad del Mercosur, entregándose en esta ocasión ejemplares del mismo para conocimiento de cada uno de los países.

No obstante, el representante de Brasil propuso utilizar en la evaluación que se realizara en el año 1999, como metodología de alternativa, el sistema de control de Calidad de Extremo a Extremo de la Unión Postal Universal fundamentado su posición en las siguientes razones:

- a) El sistema U.P.U. es utilizado hace años en el ámbito mundial. El mismo fue desarrollado por especialistas en estadística y calidad.
- b) La U.P.U. hace la gestión del sistema incluyendo la carga de datos, emisión y distribución de diversos informes con los resultados. Es decir, provee la información necesaria para evaluar el comportamiento de los distintos parámetros que hacen a la calidad del servicio postal
- c) La U.P.U. se hace cargo de los costos de producción de las fichas de control, de las guías operacionales y de los costos de las etiquetas.
- d) La metodología aplicada simplifica la ejecución ( utiliza menor cantidad de receptores que a su vez cumplen la función de remitentes) disminuyendo de esta forma las posibilidades de error, sin comprometer la representatividad

- e) Aparte de los informes publicados por la U.P.U. con los resultados referidos a la demora promedio, está a disposición de los países participantes la base de datos donde se concentra toda la información y de la cual cada país puede requerir aquella que considere necesaria para evaluar el comportamiento de los distintos parámetros que hacen a la calidad del servicio postal
- f) La elección de los corresponsales (impositores/receptores) debe seguir el criterio de la representatividad de tráfico del correo ordinario. Por tal razón, la mayoría de los corresponsales deben residir en ciudades que tengan volúmenes de correo importante. La propuesta fue aceptada por Argentina y Paraguay y telefónicamente también se consultó a Uruguay, quien estuvo también por la afirmativa.

La finalidad primaria de realizar estos controles de calidad se originó, tal como se expusiera en la introducción al tema, en la necesidad de monitorear en forma permanente el comportamiento de la norma de servicio en el intercambio de correspondencia simple internacional entre los países que integran el Mercosur. A tal efecto es indispensable que los países de la región se inscriban para participar en los operativos organizados por la Oficina Internacional de la Unión Postal Universal.

Respecto de esta función básica de la Gerencia de Servicios Postales, es decir el control de calidad de la prestación de servicios postales, en el año 1999 se realizó un Control de Calidad de Extremo a Extremo, para el servicio carta simple internacional en el marco de la metodología utilizada por la Unión Postal Universal.

Los controles organizados por la Oficina Internacional de la Unión Postal Universal están destinados a evaluar con la mayor precisión posible, el plazo total de encaminamiento de extremo a extremo de los envíos postales en un enlace determinado. La Oficina Internacional decide los períodos de control e invita a las Administraciones a participar en los mismos mediante un oficio circular.

La Administración Postal Argentina en este caso, la Comisión Nacional de Comunicaciones, ha utilizado esta metodología para continuar con el monitoreo de la norma de servicio o estándar de calidad de servicio, del intercambio de correspondencia entre los países del MERCOSUR, como así también participando en la medición del grado de cumplimiento de los estándares del Correo Oficial respecto de otros países, en esta oportunidad: España y Guatemala.

#### **DESCRIPCION DEL METODO APLICADO:**

1º) Envío de tarjetas de control colocadas en las cartas de prueba.

2º) Tipos de tarjetas de control tres (3): color verde ( control plazos totales de extremo a extremo), color azul (control plazos parciales internos del tratamiento de la correspondencia de salida y de entrada en cada país, impuestas a través de las oficinas de cambio de los correos participantes) y color naranja (incluyendo transpondedores).

3º) Cantidad de corresponsales: 12 (doce) por cada país.

4º) Período de imposición: dos (2) semanas de seis días laborables, excluyendo el feriado semanal.

5º) La Administración Postal Argentina (Comisión Nacional de Comunicaciones) envió un total de 876 cartas de prueba a los siguientes países: BRASIL (180), PARAGUAY (180), URUGUAY (180), ESPAÑA (180), GUATEMALA ( 156).

6º) La Administración Postal Argentina recibió un total de 405 cartones verdes más 108 cartones azules provenientes de BRASIL, PARAGUAY, URUGUAY y GUATEMALA.

7º) Período de imposición 27/09/99 al 09/10/99.

8º) Ubicación geográfica de los corresponsales (impositores/receptores) de Argentina: 1- Ciudad de Mendoza, 5- (Capital Federal), 2- Gran Buenos Aires, 1- Posadas (Misiones), 1- Ciudad de Córdoba y 1 -Ciudad de Rosario. En la tarea de imposición y recepción desarrollada en el interior del país la Gerencia de Servicios Postales contó con el apoyo logístico de los responsables de las Delegaciones respectivas de la Comisión Nacional de Comunicaciones.

En el marco de la modernización de los métodos de control de la calidad del servicio postal internacional, la UPU utilizó en esta oportunidad transpondedores en algunos enlaces para registrar el pasaje de las cartas de prueba en las oficinas de cambio.

El paso de los repetidores (transpondedores) incluidos dentro de las cartas de prueba es registrado automáticamente por el equipamiento técnico instalado en esas oficinas de cambio. Esto permite identificar los plazos parciales de encaminamiento en los enlaces estudiados. El enlace a controlar con transpondedores establecido por la Oficina Internacional de la U.P.U. para Argentina fue España.

### **PRINCIPALES PARAMETROS**

**Administraciones Postales participantes:** Brasil, Uruguay, Paraguay, Comisión Nacional de Comunicaciones (Argentina), España y Guatemala.

**Enlaces de Salida:** Argentina envió cartas de prueba a España, Brasil, Paraguay, Uruguay y Guatemala

**Enlaces de Llegada:** Se recibieron cartas de prueba de Brasil, Uruguay, Paraguay y Guatemala.

**Tipo de Servicio:** Carta Simple Internacional

**Modo de encamamiento:** Por avión

**Estándar medido:** Control de extremo a extremo de encaminamiento del correo ordinario

**Fecha del Operativo:** 27/09/99 al 09/10/99

**Unidad Ejecutora:** Administraciones postales intervinientes y la Gerencia de Servicios Postales

**Método de Evaluación:** Imposición de cartas de prueba

**Muestra Estadística:** 144 cartones verdes por país, 36 cartones azules. A España se le remitieron 108 cartones verdes y 36 cartones naranja con transpondedores.

**Corresponsales:** 12 por país interviniente.

En el cuadro siguiente se sintetizan los resultados obtenidos por la Administración Postal Argentina en lo que se refiere al Correo de Salida y de Entrada, como así también los de los restantes países del Mercosur.

### **RESULTADOS DEL CONTROL DE EXTREMO A EXTREMO U.P.U**

**CATEGORIA DE ENVIOS:** Cartas

**MODO DE ENCAMIENTO:** Avión

## ARGENTINA

| ADMINISTRACION EXPEDIDORA | ADMINISTRACION DESTINATARIA | CARTAS ENVIADAS | CARTAS ANALIZADAS | DEMORA PROMEDIO |
|---------------------------|-----------------------------|-----------------|-------------------|-----------------|
| ARGENTINA                 | BRASIL                      | 144             | 136               | 7,1             |
| ARGENTINA                 | PARAGUAY                    | 144             | 118               | 8,7             |
| ARGENTINA                 | URUGUAY                     | 144             | 132               | 5,8             |
| ARGENTINA                 | ESPAÑA                      | 144             | 133               | 8,5             |
| ARGENTINA                 | GUATEMALA                   | 120             | 102               | 11,3            |
| <b>TOTALES</b>            |                             | <b>696</b>      | <b>621</b>        | <b>8,10</b>     |
| BRASIL                    | ARGENTINA                   | 144             | 134               | 8               |
| PARAGUAY                  | ARGENTINA                   | 144             | 28                | 7,4             |
| URUGUAY                   | ARGENTINA                   | 144             | 113               | 7,8             |
| GUATEMALA                 | ARGENTINA                   | 144             | 130               | 12,3            |
| <b>TOTALES</b>            |                             | <b>576</b>      | <b>405</b>        | <b>9,28</b>     |

## PAISES DEL MERCOSUR

| ADMINISTRACION EXPEDIDORA | ADMINISTRACION DESTINATARIA | CARTAS ENVIADAS | CARTAS ANALIZADAS | DEMORA PROMEDIO |
|---------------------------|-----------------------------|-----------------|-------------------|-----------------|
| BRASIL                    | URUGUAY                     | 144             | 134               | 4,5             |
| BRASIL                    | PARAGUAY                    | 144             | 125               | 7,3             |
| URUGUAY                   | BRASIL                      | 144             | 140               | 4,8             |
| URUGUAY                   | PARAGUAY                    | 144             | 118               | 7,2             |
| PARAGUAY                  | BRASIL                      | 144             | 27                | 6,8             |
| PARAGUAY                  | URUGUAY                     | 144             | 26                | 5,9             |
| <b>TOTALES</b>            |                             | <b>864</b>      | <b>570</b>        | <b>5,40</b>     |

### Cartas de Prueba impuestas fuera del plazo de imposición (27/09/99 al 09/10/99)

| PAIS         | CANTIDAD  |
|--------------|-----------|
| URUGUAY      | 20        |
| PARAGUAY     | 4         |
| BRASIL       | 1         |
| <b>TOTAL</b> | <b>25</b> |

### CONFIABILIDAD DEL SERVICIO (Administración Argentina como Correo de Salida)

\*Total de cartas enviadas: 696(100%)  
 Total de cartas analizadas por UPU 621(89,22%)  
 Piezas perdidas: 75(10,80%)

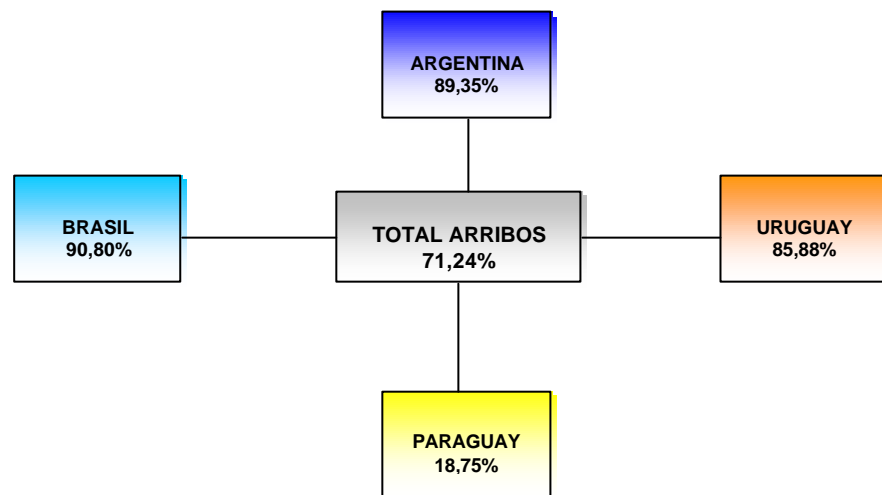
\*Nota: de los 144 cartones verdes que debía enviar la Administración Postal de Paraguay y los 36 cartones azules, solo se recibieron 28 cartones verdes y 11 cartones azules.

**CELERIDAD DEL SERVICIO** (cartas de prueba salidas de la Argentina)

Demora Promedio General: 8,10 días.

**RESULTADOS DEL MERCOSUR** (Análisis de enlaces Salida/Llegada)

**ENTREGAS OBSERVADAS POR PAISES**  
(Piezas recibidas por los destinatarios)

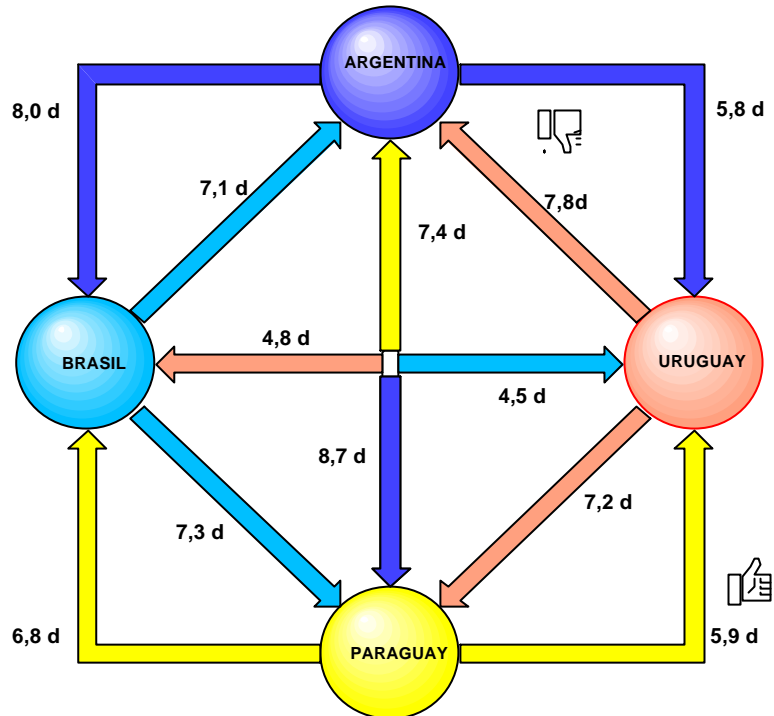


**CELERIDAD DEL SERVICIO PARA EL MERCOSUR**  
(Cartas de prueba salidas de Argentina)

Demora Promedio General: 6,77 días

**EMORAS OBSERVADAS POR ENLACE**  
(expresadas en días)





**DEFECTOS DE FORMA**  
(Argentina como Correo de llegada)

**CARTONES VERDES**

| PAIS                        | PIEZAS<br>RECIBIDAS | DEMORA<br>PROMEDIO | IRREGULARIDADES |               |               |               |
|-----------------------------|---------------------|--------------------|-----------------|---------------|---------------|---------------|
|                             |                     |                    | Sin Estampilla  | Sin matasello | Mat. ilegible | Mal fechada   |
| BRASIL                      | 134                 | 8,02               | 0               | 1             | 1             | 10            |
| PARAGUAY                    | 28                  | 7,18               | 8               | 2             | 3             | 25            |
| URUGUAY                     | 113                 | 7,81               | 0               | 3             | 27            | 23            |
| GUATEMALA                   | 130                 | 12,27              | 0               | 0             | 0             |               |
| <b>TOTAL</b>                | <b>405</b>          | <b>9,28</b>        | <b>8</b>        | <b>6</b>      | <b>31</b>     | <b>58</b>     |
| <b>% Defectos. de forma</b> | ---                 | ---                | <b>1,98%</b>    | <b>1,48%</b>  | <b>7,65%</b>  | <b>14,32%</b> |

El porcentaje total de defectos de forma fue de 25,43%

**CARTONES AZULES**

| PAIS                       | PIEZAS<br>RECIBIDAS | DEMORA<br>PROMEDIO | IRREGULARIDADES |               |               |             |
|----------------------------|---------------------|--------------------|-----------------|---------------|---------------|-------------|
|                            |                     |                    | Sin Estampilla  | Sin matasello | Mat. ilegible | Mal fechada |
| BRASIL                     | 33                  | 5,36               | 0               | 16            | 0             | 1           |
| PARAGUAY                   | 11                  | 6,09               | 10              | 0             | 0             | 0           |
| URUGUAY                    | 30                  | 7,93               | 0               | 27            | 0             | 0           |
| GUATEMALA                  | 34                  | 9,38               | 0               | 0             | 1             | 2           |
| <b>TOTAL</b>               | <b>108</b>          | <b>7,42</b>        | <b>10</b>       | <b>43</b>     | <b>1</b>      | <b>3</b>    |
| <b>% Defectos de forma</b> | ---                 | ---                | <b>9,26</b>     | <b>39,81</b>  | <b>0,93</b>   | <b>2,78</b> |

El porcentaje total de defectos de forma fue de 52,78 %

Es una producción de la Gerencia de Servicios Postales  
Departamento Economía Postal y Evaluación de Calidad  
COMISION NACIONAL DE COMUNICACIONES

Ciudad de Buenos Aires, República Argentina  
julio de 2000