REPUBLICA DE COLOMBIA

GACETA DEL CONGRESO

SENADO Y CAMARA

(Artículo 36, Ley 5a. de 1992)

IMPRENTA NACIONAL DE COLOMBIA

I S S N 0 1 2 3 - 9 0 6 6

AÑO XI - Nº 417 Bogotá, D. C., viernes 4 de octubre de 2002 EDICION DE 16 PAGINAS

DIRECTORES: EMILIO RAMON OTERO DAJUD
SECRETARIO GENERAL DEL SENADO

ANGELINO LIZCANO RIVERA
SECRETARIO GENERAL DE LA CAMARA

RAMA LEGISLATIVA DEL PODER PUBLICO

CAMARA DE REPRESENTANTES

PROYECTOS DE LEY

PROYECTO DE LEY NUMERO 90 DE 2002 CAMARA

por la cual se dictan normas tendientes a regular la prestación de los Servicios Postales, se eliminan las Franquicias Postales; y se dictan otras disposiciones.

El Congreso de la República

DECRETA:

Artículo 1°. *Titularidad de los Servicios Postales.* La Prestación de los Servicios Postales corresponde al Estado, quien lo prestará en el territorio nacional y en conexión con el exterior a través de la Administración Postal Nacional, Empresa Industrial y Comercial del Estado, adscrita al Ministerio de Comunicaciones, quien en adelante se denominará **"Empresa de Correos de Colombia"**.

Los particulares también pueden prestar el servicio de correo y de mensajería especializada mediante un régimen de concesión o licencia, bajo la vigilancia, inspección y control del Estado, a través del Ministerio de Comunicaciones.

Parágrafo. La concesión para la prestación de los servicios de correo, se otorgará mediante contrato, y la concesión para la prestación de los servicios de mensajería especializada se otorgará directamente mediante licencia. La celebración de los contratos de concesión y el otorgamiento de las licencias se sujetará a los principios de transparencia, economía y responsabilidad de que trata la Ley 80 de 1993.

La Administración Postal Nacional, en adelante **"Empresa de Correos de Colombia"**, por constituir la red oficial, no estará sujeta al régimen de concesiones y licencias contempladas en el Decreto 229 de 1995.

Artículo 2°. *Intervención del Estado en los servicios postales.* Declárese a los Servicios Postales de necesidad y utilidad pública y de preferente interés social. El Gobierno Nacional, a través del Ministerio de Comunicaciones, intervendrá en los servicios postales, en los términos de los artículos **334** y **336** de la Constitución Política, con el fin de lograr los siguientes fines:

1. Garantizar el derecho a la comunicación y la inviolabilidad de la correspondencia.

2. Proteger el derecho inalienable de los usuarios al acceso de los servicios postales.

3. Asegurar la prestación eficaz y oportuna de los servicios postales.

4. Asegurar la provisión de los recursos para financiar el servicio universal de correo y garantizar la continuidad de dicho servicio.

5. Garantizar la calidad, idoneidad y eficacia de los servicios postales y hacer efectiva la responsabilidad de los operadores cuando incurran en alguna falla en el servicio.

6. Establecer reglas que promuevan la libre y leal competencia en los servicios postales e impidan el abuso de la posición dominante.

7. Propender para que los servicios postales contribuyan al desarrollo del país y que los operadores aprovechen los desarrollos tecnológicos para garantizar la prestación eficaz de los servicios postales.

Artículo 3°. *Definiciones especiales.* Para efectos de la aplicación e interpretación de esta Ley, los términos que aparecen a continuación serán entendidos en el significado que se asigna a cada uno de ellos:

1. **Servicios Postales.** Son servicios postales, el servicio de correo que comprende el servicio universal de correo, los servicios especiales de correo y otros adicionales; y el servicio de mensajería especializada, los cuales están sujetos a un tratamiento jurídico diferente establecido en la presente ley en consideración a que tienen distintas finalidades.

Los servicios postales comprenden las siguientes actividades:

a) **La admisión, curso y entrega** de envíos de correspondencia y otros objetos postales;

b) Los giros postales mediante los cuales el operador del servicio universal de correo efectúa en nombre y por cuenta de los usuarios, pagos ordenados en favor de otras personas naturales o jurídicas;

c) Reembolsos;

d) Cualesquiera otros servicios que, teniendo una naturaleza análoga similar o complementaria a los anteriores, sean señalados como servicios postales de conformidad con los reglamentos que expida el Gobierno Nacional.

2. **Envíos de correspondencia y otros objetos postales:**

a) **Envíos de Correspondencia:** Se consideran envíos de correspondencia todos los objetos que vayan colocados dentro de una cubierta, envoltura o sobre cerrado, que estén dirigidos a una persona determinada y cuyo contenido no se pueda examinar, tales como cartas, tarjetas postales, aerogramas, telegramas, cecogramas, facturas de servicios públicos, extractos y recibos bancarios, mensajes de correo electrónico etc. y cuyo peso no supere dos (2) kilogramos.

No se consideran envíos de correspondencia, ni constituye área restringida la admisión, Curso y entrega de envíos impresos, periódicos, propaganda, catálogos, etc. que circulen sin destinatario y/o sin sobre o que estando dirigidos a una persona determinada y circulando dentro de un sobre se pueda verificar su contenido;

b) **Objetos Postales:** Son aquellos que sin constituir envíos de correspondencia se asimilan a ellos y circulan por la red postal oficial o privada, tales como muestras de mercadería, papeles de negocios, pequeños paquetes y que no constituyen área restringida.

Los envíos de correspondencia y otros objetos postales que no constituyen área restringida deberán ser admitidos por un operador que cuente con el respectivo título habilitante para la explotación del servicio de correo y estarán sujetos al pago de la contraprestación por la explotación del servicio.

Los paquetes de correspondencia agrupada, cuyo peso puede exceder de dos (2) kilogramos, que reúnen varios envíos de correspondencia u otros objetos postales impuestos por el mismo usuario remitente, serán considerados como objetos postales.

El Ministerio de Comunicaciones clasificará los envíos de correspondencia y otros objetos postales, según su velocidad de curso o su contenido, de acuerdo con lo establecido en el Manual de la Convención de la Unión Postal Universal, o las disposiciones que lo modifiquen, adicionen o reemplacen.

3. **Operadores de los servicios postales.** Son operadores de los servicios postales las personas jurídicas que cuentan con un título habilitante otorgado por un contrato de concesión o una licencia, según sea el caso, para la prestación de los servicios postales.

4. Servicio Universal de Correo. Es el servicio postal que debe ser garantizado por el Estado para permitir el ejercicio del derecho a la comunicación por parte de todos los habitantes del territorio nacional, el cual debe ser prestado en condiciones de buena calidad, acceso razonable y tarifas asequibles. El servicio universal de correo debe ser prestado únicamente por el **operador oficial de correo**, comprende el conjunto de servicios postales indicados en el numeral 1.1 del artículo 5° de esta ley, los cuales deben ser prestados en forma permanente de acuerdo con los parámetros de acceso, cubrimiento geográfico y calidad conforme a la reglamentación que expida el Ministerio de Comunicaciones y de acuerdo con el régimen de tarifas que determine la Comisión de Regulación de Telecomunicaciones.

5. **Redes Postales.** Es el conjunto de medios de todo orden que permiten la admisión, Curso y entrega de envíos de correspondencia y otros objetos postales para la prestación de los servicios postales.

6. **Usuario Destinatario.** Es la persona a la cual van dirigidos los envíos de correspondencia u otros objetos postales que sean recibidos o admitidos por los operadores de los servicios postales.

7. **Usuario Remitente.** Es la persona que entrega a un operador de servicios postales un envío de correspondencia u otro objeto postal para que sea cursado hasta el lugar por él señalado.

8. **Tarifa.** La tarifa es el importe pagado por los usuarios a los operadores de los servicios como contraprestación por los diferentes tipos de servicios postales. El Gobierno Nacional, a través de la Comisión de Regulación de Telecomunicaciones, intervendrá en las tarifas de los servicios postales de conformidad con lo dispuesto en el artículo 16 de esta ley.

9. **Franquicias.** La franquicia postal es el beneficio en favor de ciertas personas respecto de los cuales el servicio universal de correo debe ser prestado en forma gratuita. Las franquicias postales son las establecidas en el artículo 26 de la presente ley.

Parágrafo 1°. La prestación del servicio de correo universal, corresponderá al operador oficial durante el término de cinco (5) años contados a partir de la expedición de la presente ley, a partir de la cual dicho servicio podrá ser prestado por todos los operadores que cuenten con el título habilitante otorgado por el Ministerio de Comunicaciones.

Parágrafo 2°. La red oficial de correos estará constituida por todos los recursos utilizados para la admisión, curso y entrega de envíos de correspondencia y otros objetos postales, que autorice el Ministerio de Comunicaciones para la prestación del servicio universal del correo, mediante contrato de concesión. Toda concesión para la prestación de servicio de correo deberá incluir la aprobación de una red oficial que garantice la universalidad del servicio, incluyendo el denominado correo social.

Artículo 4°. *Actividades que no se consideran servicios postales.* Las siguientes actividades no son servicios postales y por lo tanto, cualquier persona puede realizarlas sin requerir un título habilitante conferido por el Estado:

1. La conducción por particulares de envíos de correspondencia y otros objetos postales que vayan a ser entregados a un operador de servicios postales, siempre que sea realizada directamente por el particular en desarrollo de su empresa u objeto social y para su propio beneficio, o en ejecución de las obligaciones derivadas de un contrato de trabajo.

2. La distribución de avisos, publicidad, propaganda u otros documentos que no estén dirigidos a una persona determinada y que no circulen en sobre cerrado.

3. Los envíos de correspondencia conducidos por empresas de transporte terrestre, aéreo o marítimo, siempre que se relacionen exclusivamente con los asuntos internos de la empresa o tiendan a satisfacer sus propias necesidades.

4. La conducción de la propia correspondencia de las personas naturales o jurídicas, públicas o privadas, siempre que sea realizada por ellas mismas o por sus empleados. No se considera conducción de la propia correspondencia aquella que sea realizada por un tercer contratista.

Artículo 5°. *Clases de servicios postales.* Los servicios postales se clasifican en las siguientes categorías:

1. **Servicio de Correo.** El servicio de correo comprende el servicio universal de correo, los servicios especiales de correo y otros servicios que tengan naturaleza análoga o complementaria según la reglamentación que expida el Ministerio de Comunicaciones. Solamente el servicio de correo podrá identificarse con la expresión "correo" o cualquier expresión o combinación de palabras que haga referencia a tal expresión.

1.1 **Servicio Universal de Correo.** Las siguientes actividades están comprendidas en el servicio universal de correo:

a) **Servicio de correo social.** Comprende las actividades de admisión, curso y entrega de envíos de correspondencia y otros, los cuales deben ser prestados en las zonas rurales y urbanas denominadas de cobertura social en el territorio nacional por el operador oficial.

El Ministerio de Comunicaciones determinará las zonas urbanas y rurales y rutas de cobertura de correo social, donde no resulte económicamente rentable la prestación del servicio de correo. En estos casos, el Ministerio contratará con cargo a los recursos que

ingresen al Fondo de Comunicaciones, la prestación de este servicio con el operador oficial de correo, compensando económicamente los sobrecostos implicados a partir de las tarifas fijadas por la Comisión de Regulación de Telecomunicaciones;

b) **Servicios de giros postales.** Es el servicio financiero de correo donde el operador oficial de correo cobra al usuario remitente una comisión sobre el valor a transferir y puede ser prestado a nivel nacional e internacional;

c) **Reembolso.** Es la admisión, curso y entrega de envíos de correspondencia y demás objetos postales cuya entrega al destinatario se hará previo el pago del valor asignado por el usuario remitente, suma que debe ser reintegrada a éste a vuelta de correo.

1.2 **Servicios Especiales de Correo.** Las actividades comprendidas dentro de los servicios especiales de correo son:

a) Las de admisión, curso y entrega, de envíos de correspondencia y otros objetos postales, cuyo peso sea inferior a 500 (gramos), en el ámbito urbano, nacional e internacional;

b) Los servicios de correo certificado, asegurado, de entrega inmediata, expreso, con acuse de recibo, lista de correos, respuesta comercial, y cupón de respuesta internacional y los demás establecidos en el Convenio Postal Universal;

c) Cualesquiera otros servicios que sean señalados como servicios especiales de correo de conformidad con los reglamentos que expida el Ministerio de Comunicaciones.

Parágrafo. La clasificación entre servicio universal de correo y servicios especiales de correo, se entenderá sin perjuicio de las obligaciones que debe cumplir Colombia en cuanto a la prestación del servicio de correo internacional, el cual estará sujeto a las disposiciones de los tratados y convenios aprobados y ratificados por Colombia.

1.3 **Otros Servicios.** Comprende aquellos servicios que tengan una naturaleza análoga, similar o complementaria a los anteriores, señalados como tales de conformidad con los reglamentos que expida el Ministerio de Comunicaciones tales como: la Filatelia y el Servicio de Apartados Postales.

El operador oficial, emitirá en nombre de la nación y en forma privativa las especies postales, y a la vez custodiará, promoverá, venderá y desarrollará comercialmente la filatelia.

2. **Servicio Postal de Mensajería Especializada.** La mensajería especializada comprende los servicios postales que se prestan respecto de envíos de correspondencia y otros objetos postales, en el ámbito urbano, nacional e internacional, con independencia de las redes postales oficiales, cumpliendo con las siguientes condiciones mínimas esenciales:

a) **Cubrimiento.** El servicio de mensajería especializada podrá ser concedido con cubrimiento local, nacional o internacional y deberá ser prestado en el área de cobertura concedida, de conformidad con la solicitud que presente el interesado al Ministerio de Comunicaciones para obtener la licencia;

b) **Identificación del servicio.** Los envíos de correspondencia y otros objetos postales que sean recibidos por los operadores del servicio de mensajería especializada deberán estar rotulados como de "mensajería especializada" de manera clara, expresa, visible y legible;

c) **Registro individual de cada envío.** Los operadores del servicio de mensajería especializada deben asignar un número de identificación individual a cada envío de correspondencia u otro objeto postal que reciban, el cual deberá estar impreso en el sobre o empaque que se utilice para remitir el envío de correspondencia u objeto postal, así como en el registro que para el efecto debe llevar el respectivo operador;

d) **Tarifa.** La tarifa aplicable a los servicios de mensajería especializada se determinará de conformidad con el régimen definido por la Comisión de Regulación de Telecomunicaciones. En todo caso, tal tarifa deberá ser igual o superior a la tarifa del servicio de correo social;

e) **Velocidad.** Los envíos de mensajería especializada se caracterizan por la rapidez en la entrega. Este servicio debe prestarse con unos tiempos de entrega no superiores a:

Veinticuatro (24) horas en servicio urbano.

Cuarenta y ocho (48) horas en servicio nacional a cualquier lugar del país.

Noventa y seis (96) horas en servicio internacional;

f) **Prueba de la entrega.** Al usuario remitente se le entregará un recibo en el cual conste la entrega personal del envío de correspondencia u objeto postal al usuario destinatario. El recibo deberá ser firmado por el usuario destinatario o por la persona que haya recibido el envío de correspondencia u objeto postal en la dirección señalada por el usuario remitente. La prueba de entrega deberá tener inserto el número de registro individual del envío, fecha y hora de la entrega, nombre y/o firma e identificación de quien recibe. Si el usuario remitente lo solicita, deberá remitírsele la prueba de entrega sin recargo adicional en la tarifa.

Parágrafo. El incumplimiento por parte de las empresas de mensajería especializada de lo dispuesto en este numeral, acarreará la cancelación de la licencia por el término que disponga el Ministerio de Comunicaciones, sin perjuicio del pago de la multa correspondiente.

Artículo 6°. *Servicio público esencial.* El servicio de correo, que comprende el servicio universal de correo, los servicios especiales de correo y otros servicios complementarios, es un servicio público esencial para los efectos del artículo 56 de la Constitución Política.

En la prestación de este servicio, los operadores deberán garantizar el secreto e inviolabilidad de la correspondencia, y no podrán facilitar ningún dato relativo a la existencia del envío postal, a su clase, a sus características exteriores, a la identidad del remitente y del destinatario, ni sus direcciones, excepto por solicitud expresa de autoridad judicial competente.

Artículo 7°. *Condiciones de los operadores de servicios postales.* Los operadores de servicios postales deberán reunir las siguientes condiciones legales, financieras y técnicas para poder recibir un título habilitante otorgado por el Ministerio de Comunicaciones:

1. Ser personas jurídicas constituidas como Empresas Industriales y Comerciales del Estado, sociedades de economía mixta, sociedades comerciales de conformidad con la legislación colombiana y con domicilio en Colombia, incluir dentro de su objeto social la prestación de servicios postales y tener un plazo de duración superior al de la concesión o licencia y un año más.

2. No estar incursos en ninguna de las causales de inhabilidad o incompatibilidad establecidas en la Ley 80 de 1993.

3. No estar incursos en cualquiera de las siguientes conductas:

a) Las personas cuyos socios, accionistas o administradores hayan sido condenados por la comisión de delitos contra el patrimonio económico, lavado de activos, enriquecimiento ilícito, y los establecidos en la Ley 30 de 1986;

b) Las personas cuyos socios, accionistas o administradores hayan sido sujetos de la declaración de extinción del dominio de que trata la Ley 333 de 1996;

c) Las personas cuyos socios, accionistas o administradores hayan sido condenados por los delitos de que trata el artículo 43 de la Ley 222 de 1995;

d) Las personas cuyos socios, accionistas o administradores hayan sido condenados por el delito de violación ilícita de comunicaciones;

e) Las personas cuyos socios, accionistas o administradores hayan sido condenados por los delitos de contrabando, favorecimiento de contrabando, defraudación a las rentas de Aduana y favorecimiento por servidor público de que trata la Ley 383 de 1997;

f) Las personas jurídicas respecto de las cuales el Ministerio de Comunicaciones haya declarado la caducidad del contrato de concesión para la prestación del servicio de correo o de la licencia para la prestación del servicio de mensajería especializada, o cuyos socios, accionistas o administradores hayan sido sujetos de alguna de tales medidas. Esta inhabilidad también se aplicará a las sociedades que tales personas constituyan con posterioridad a la declaratoria de caducidad o a la revocación de la licencia. Esta inhabilidad se extenderá por un término de cinco (5) años contado a partir de la ejecutoria del acto que declare la caducidad u ordene la revocación de la licencia.

4. Demostrar tener capacidad administrativa, financiera, técnica y operativa que le permita la eficiente prestación de los servicios postales, de conformidad con los criterios que el Ministerio de Comunicaciones establezca para el efecto.

De igual forma deberán acreditar la disponibilidad de una red postal y el correspondiente plan de admisión , curso y entrega de los envíos.

5. Pagar los derechos de otorgamiento y prórroga del título habilitante, así como las contraprestaciones periódicas por explotación del servicio.

6. Tener un manual de operaciones que establezca los procedimientos que son aplicados para la admisión, curso y entrega de los envíos de correspondencia y otros objetos postales. Los operadores de los servicios postales están obligados a mantener una copia actualizada de su manual de operaciones en la sede de su administración principal, la cual deberá ser puesta a disposición del Ministerio de Comunicaciones y de la Comisión de Regulación de Telecomunicaciones cuando estas practiquen visitas en ejercicio de sus funciones. Dicho Ministerio podrá exigir, mediante acto administrativo motivado, que se modifique o complemente el manual de operaciones de cualquier operador de servicios postales.

7. Demostrar que cuenta con procedimientos y equipos de control que permitan detectar en la admisión, curso y entrega, la presencia de sustancias adictivas o alucinógenas, o que sus redes sean empleadas para la comisión de los delitos de que trata la Ley 30 de 1986.

8. Cumplir con las demás calidades, condiciones y requisitos que sean definidos por el Ministerio de Comunicaciones.

Parágrafo 1°. Las empresas extranjeras que deseen obtener concesión para la prestación de los servicios de correo deberán establecerse en el país y se someterán expresamente a las leyes y tribunales de la república, renunciando a toda reclamación diplomática.

Parágrafo 2°. El Gobierno Nacional expedirá las normas relacionadas con el régimen de infracciones a los servicios postales de conformidad con lo establecido en la presente ley.

Artículo 8°. *Condiciones especiales que debe reunir el operador del servicio universal de correo.* El Operador del servicio universal de correo debe tener a su disposición una red postal que tenga cobertura universal en los términos y plazos que para el efecto defina el Ministerio de Comunicaciones.

Parágrafo. El operador del servicio universal de correo deberá cubrir obligatoriamente mediante una red oficial previamente aprobada por el Ministerio de Comunicaciones, del denominado servicio correo social, según lo establecido en el artículo 5°, numeral 1.1 literal a), de que trata esta ley.

Artículo 9°. *Obligaciones especiales del operador del servicio universal de correo.* El operador oficial del servicio de correo tiene las siguientes obligaciones especiales en la prestación del servicio universal de correo:

1. No podrá negarse a recibir del usuario remitente un envío de correspondencia u objeto postal que le sea entregado, cumpliendo con las condiciones previstas en los reglamentos aplicables al servicio universal de correo, siempre que el usuario pague la tarifa correspondiente.

2. Deberá prestar el servicio universal de correo, sin discriminación alguna entre los usuarios que se encuentren en condiciones análogas.

3. No podrá interrumpir ni suspender el servicio universal de correo, salvo por la ocurrencia de eventos de fuerza mayor o caso fortuito, o cuando razones de orden público lo impidan. La ocurrencia de los eventos anteriores deberá ser demostrada ante el Ministerio de Comunicaciones.

4. Deberá informar a los usuarios acerca de la manera en que pueden acceder al servicio universal de correo, en lo referente a cobertura geográfica, tipo de servicios, tiempos de entrega y tarifas aplicables a cada uno.

Artículo 10. *Separación de cuentas.* El operador del servicio universal de correo deberá llevar una contabilidad analítica debidamente auditada. Existirán cuentas separadas, como mínimo, para cada servicio reservado y los servicios no reservados.

Artículo 11. *Prerrogativas especiales.* El operador del servicio universal de correo tendrá derecho a instalar buzones en los bienes de uso público y en los espacios públicos, para lo cual deberá coordinar su actividad con las autoridades que sean propietarias o controlen dichos bienes o espacios.

La legalidad de los actos que expidan los operadores de servicios postales en ejercicio de estas prerrogativas será controlada por la jurisdicción de lo contencioso administrativo, e igualmente a ésta le corresponderá determinar la responsabilidad que les corresponda por los actos, omisiones o actuaciones relacionados con tales prerrogativas.

Artículo 12. *Procedimiento para conceder el servicio de correo.* El Ministerio de Comunicaciones podrá celebrar contratos de concesión con el operador oficial para prestar el servicio de correo universal y con los demás operadores postales que deban encargarse de prestar los demás servicios de correo.

Cuando el Ministerio de Comunicaciones considere conveniente otorgar la concesión a un particular, u otorgar más de una concesión para la prestación del servicio de correo, deberá hacerlo mediante el procedimiento de licitación pública establecido en la Ley 80 de 1993.

Parágrafo. Los Ministerios, Departamentos Administrativos, Superintendencias, institutos descentralizados y demás entidades oficiales y semioficiales del orden nacional tienen la obligación de transportar su correo nacional e internacional a través de la red oficial de correos. El incumplimiento de lo anterior acarreará sanciones.

Artículo 13. *Licencias para la prestación del servicio de mensajería especializada.* El Ministerio de Comunicaciones otorgará licencia para la prestación del servicio de mensajería especializada a aquellas personas jurídicas que acrediten el cumplimiento de las condiciones establecidas en la presente ley y en la regulación que para tales efectos expida el Ministerio de Comunicaciones.

El Ministerio de Comunicaciones reglamentará el procedimiento que debe aplicarse para otorgar las licencias para la prestación del servicio de mensajería especializada. El Ministerio de Comunicaciones exigirá la constitución de garantías que amparen el cumplimiento de las obligaciones que deben asumir los licenciatarios de mensajería especializada frente a la Nación y frente a los usuarios del servicio.

Artículo 14. *Término y prórroga del contrato de concesión y de la licencia.* El contrato de concesión para la prestación del servicio de correo tendrá un término de quince (15) años contados a partir de la fecha de perfeccionamiento del contrato, el cual podrá ser prorrogado hasta por un plazo igual al inicial, en las condiciones establecidas en la presente ley. Las licencias para la prestación de los servicios de mensajería especializada tendrán un término de cinco (5) años contados a partir de la fecha de notificación del respectivo acto administrativo. Las licencias podrán ser prorrogadas sucesivamente por el Ministerio de Comunicaciones hasta por un término igual al inicial.

Los contratos de concesión y las licencias podrán prorrogarse bajo las siguientes condiciones:

1. El operador deberá presentar ante el Ministerio de Comunicaciones una solicitud escrita, con una antelación de por lo menos tres (3) meses respecto de la fecha en que expira el término de la licencia.

2. El operador deberá acreditar el pago de la contraprestación por la prórroga del título habilitante, establecida en el artículo 18 de esta ley.

3. El operador deberá acreditar el cumplimiento de las normas que regulan el desarrollo de su actividad, así como de las calidades, condiciones y requisitos establecidos en la presente ley y en las normas que expida el Ministerio de Comunicaciones para la prestación de los servicios de correo o de mensajería especializada, según sea el caso.

4. El operador deberá renovar o extender las garantías de cumplimiento de las obligaciones adquiridas en virtud del título habilitante, de conformidad con la regulación expedida por el Ministerio de Comunicaciones.

5. El Ministerio de Comunicaciones podrá verificar la información suministrada por el operador junto con la solicitud de prórroga, y tendrá la facultad de requerir toda la demás información que considere pertinente para determinar si el operador cumple con las condiciones legales, técnicas, financieras y administrativas necesarias para seguir prestando el servicio de conformidad con las normas vigentes en el momento de solicitar la prórroga.

6. El hecho de que el título habilitante sea prorrogable no eximirá al operador de la obligación de observar los requisitos técnicos, financieros y administrativos; las tarifas y las demás condiciones que sean establecidas por la ley, por el Ministerio de Comunicaciones y por la Comisión de Regulación de Telecomunicaciones con posterioridad al otorgamiento del título habilitante o de sus respectivas prórrogas.

Artículo 15. *Franquicias.* Los operadores del servicio de correo deberán observar la franquicia postal establecida en la Ley 130 de 1994, artículo 38 de la Ley 361 de 1997 y en los tratados y convenios internacionales aprobados y ratificados por Colombia.

Artículo 16. *Regulación Tarifaria de los Servicios Postales.* A partir de la vigencia de la presente ley, la Comisión de Regulación de Telecomunicaciones asumirá la regulación tarifaria de los servicios postales en el territorio nacional y cumplirá además de sus funciones establecidas en la Ley 142 de 1994, Decreto 1130 de 1999 y demás normas que la complementen, y las que le dicte el Gobierno Nacional para el cumplimiento de esta ley.

Artículo 17. *Estructura Orgánica de la Comisión de Regulación de Telecomunicaciones.* Para el cumplimiento de las funciones que les asigna esta ley, autorícese al Gobierno Nacional para modificar la actual estructura orgánica de la Comisión de Regulación de Telecomunicaciones.

Artículo 18. *Contraprestaciones por el servicio de correo.* La habilitación, prestación y explotación de servicios postales dan lugar al pago de contraprestaciones a cargo del operador y a favor del Fondo de Comunicaciones, con arreglo a los artículos siguientes y según la reglamentación que expida el Gobierno Nacional, de acuerdo con la presente ley.

Las contraprestaciones persiguen la obtención de una retribución justa y razonable por concepto de las facultades y derechos que se confieren o reconocen a los titulares de habilitaciones, al tiempo que cubrir los gastos administrativos en que se incurra para el efecto y para cubrir los gastos que demande el servicio de correo social y la Comisión de Regulación de Telecomunicaciones.

El Ministerio de Comunicaciones podrá verificar la exactitud y corrección de la información suministrada por el concesionario para calcular la contraprestación. En caso de encontrar diferencias o inexactitudes, podrá imponer multas y declarar la caducidad de la concesión, sin perjuicio de adelantar las demás acciones que resulten pertinentes de conformidad con la legislación vigente.

Artículo 19. *Contraprestación del servicio de mensajería especializada.* Los licenciatarios del servicio de mensajería especializada pagarán al Fondo de Comunicaciones por concepto de contraprestación de la licencia, las siguientes sumas de dinero:

1. Por el otorgamiento o prórroga de la licencia, la suma que sea definida por el Ministerio de Comunicaciones en salarios mínimos legales mensuales vigentes en la fecha de otorgamiento.

2. Por la explotación de la licencia, la suma que resulte de aplicar el porcentaje definido por el Gobierno Nacional, de conformidad con el artículo 22 de la presente ley.

El Ministerio de Comunicaciones podrá verificar la exactitud y corrección de la información suministrada por los licenciatarios para calcular la contraprestación. En caso de encontrar diferencias o inexactitudes, podrá imponer multas y revocar la licencia, sin perjuicio de adelantar las demás acciones que resulten pertinentes de conformidad con la legislación vigente.

Artículo 20. *Cálculo del valor de la contraprestación.* Para efectos de fijar el porcentaje que deberá ser aplicado para calcular el valor de la contraprestación que deberá pagarse por la habilitación para la prestación de servicios postales diferentes del servicio universal de correo, el Gobierno deberá tener en cuenta, entre otros criterios, las necesidades de financiación de la Comisión de Regulación de Telecomunicaciones y del correo social.

Parágrafo. La Comisión de Regulación de Telecomunicaciones obtendrá su financiación de los recursos que le gire el Fondo de Comunicaciones por concepto de otorgamiento, explotación y prórroga de contratos de concesión y licencia, multas, sanciones, intereses y demás ingresos provenientes de la regulación y explotación del servicio postal.

Artículo 21. *Intervención en las tarifas de los servicios postales.* El Gobierno Nacional, a través de la Comisión de Regulación de Telecomunicaciones intervendrá en las tarifas de los servicios postales, con el fin de garantizar el acceso de toda la población al servicio universal de correo y de buscar condiciones para que la competencia entre las empresas del sector sea adecuada a las sanas prácticas comerciales, impidiendo la comisión de conductas desleales o restrictivas de la competencia o que constituyan abuso de posición dominante.

Artículo 22. *Regímenes tarifarios de los servicios postales.* La Comisión de Regulación de Telecomunicaciones en ejercicio de la facultad de intervención en las tarifas de los servicios postales podrá aplicar cualquiera de los siguientes regímenes de tarifas:

1. **Régimen de tarifas vigiladas.** Bajo este régimen, los operadores de los servicios postales podrán fijar las tarifas que cobran a los usuarios por la prestación de sus servicios, estando sujetos a la vigilancia de la Comisión de Regulación de Telecomunicaciones. En ejercicio de sus funciones de vigilancia, la Comisión de Regulación de Telecomunicaciones podrá exigir y revisar las fórmulas y criterios que sean empleados por los operadores de los servicios postales para la fijación de las tarifas, pudiendo requerir de ellos toda la información que estime pertinente para verificar que los operadores no incurran en prácticas desleales o restrictivas de la competencia o que constituyan abuso de posición dominante, o que afecten los derechos de los usuarios de los servicios postales. En caso de verificar la existencia de irregularidades, la Comisión de Regulación de Telecomunicaciones podrá someter al respectivo operador al régimen de control en los términos del numeral 3 de este artículo, además de imponer las sanciones que sean aplicables.

2. **Régimen de tarifa regulada.** Bajo este régimen, la Comisión de Regulación de Telecomunicaciones podrá fijar las tarifas máximas o mínimas que los operadores de los servicios postales deberán observar en desarrollo de su actividad, e igualmente podrá, si lo considera necesario, establecer las fórmulas de las tarifas o parámetros tarifarios que regirán los servicios postales y fijar tarifas postales reducidas en los casos previstos en la presente ley. En virtud del régimen de libertad regulada la Comisión de Regulación de Telecomunicaciones podrá fijar tarifas diferenciales para las distintas clases de servicios postales, teniendo en cuenta los criterios establecidos en el parágrafo del artículo 24 de esta ley. Los operadores de los servicios postales que no observen las disposiciones adoptadas en aplicación del régimen de libertad regulada podrán ser sometidos por la Comisión de Regulación de Telecomunicaciones al régimen de control, sin perjuicio de la imposición de las sanciones del caso.

3. **Régimen de tarifas controladas.** En los casos que algún operador de servicios postales viole las disposiciones del régimen de tarifas o incurra en prácticas desleales o restrictivas de la competencia o en abusos de posición dominante, la Comisión de Regulación de Telecomunicaciones podrá someterlo a un régimen de control en virtud del cual deberán aplicar obligatoriamente las tarifas que se determinen. La facultad de someter a dicho operador de los servicios postales al régimen de control se entenderá sin perjuicio de la facultad que tiene la Comisión de Regulación de Telecomunicaciones de imponer otras sanciones, como solicitar al Ministerio de Comunicaciones la caducidad de la concesión o la revocación de la licencia.

Artículo 23. *Criterios para la regulación de tarifas.* La Comisión de Regulación de Telecomunicaciones deberá tener en cuenta los siguientes criterios cuando determine las tarifas mínimas de los servicios postales, o cuando señale las fórmulas de las tarifas:

1. La necesidad de garantizar el acceso de toda la población al servicio universal de correo.

2. Las diferencias que existen entre el servicio universal de correo, los servicios especiales de correo, y otros servicios complementarios, de una parte, y los servicios de mensajería especializada, de la otra, y particularmente la necesidad de que el servicio de correo social, incluido dentro del servicio universal de correo, sea prestado en aquellas zonas del país en donde no es económicamente viable.

3. Las diferencias entre los envíos de correspondencia y otros objetos postales que pueden cursar por las redes postales, para lo cual tendrá en cuenta criterios como el peso, el contenido del envío y el empaque.

4. La necesidad de prevenir e impedir la comisión de prácticas desleales o restrictivas de la competencia y los abusos de posición dominante.

5. La importancia de mantener la igualdad de los usuarios de los servicios postales frente a las tarifas, impidiendo que aquellos usuarios que generan mayores volúmenes de envíos de correspondencia u objetos postales usen su posición para obtener ventajas que tengan por objeto o como efecto que los demás usuarios deban asumir los costos de la prestación de los servicios postales en favor de los primeros.

6. En la fijación de tarifas postales reducidas, la Comisión de Regulación de Telecomunicaciones tendrá en cuenta la particular función cultural y social que cumplen los servicios postales prestados respecto de envíos nacionales o internacionales de libros, catálogos y públicaciones periódicas y respecto de facturas emitidas por empresas de servicios públicos domiciliarios a los usuarios en desarrollo del contrato de servicios públicos, así como en toda determinación objetiva de ahorro real para el operador en cualquiera de las actividades de prestación de los servicios postales.

Parágrafo. La facultad de la Comisión de Regulación de Telecomunicaciones para fijar tarifas máximas previstas en este artículo, solo será aplicable cuando un operador deba ser sometido al régimen de control tarifario o cuando todo el mercado se someta a dicho régimen.

Artículo 24. *Sistemas de pago de las tarifas.* El pago de las tarifas del servicio de correo universal deberá hacerse mediante franqueo, es decir, mediante la adquisición o imposición de estampillas o sellos postales o cualquier otro que resulte del avance de la tecnología. La Comisión de Regulación de Telecomunicaciones podrá reglamentar el pago de las tarifas mediante sistemas de franqueo mecánico, prepagado o cualquier otro que resulte del avance de la tecnología.

El pago de las tarifas de los servicios especiales de correo y de los servicios de mensajería especializada se efectuará en las condiciones estipuladas en los contratos que celebren los operadores con los usuarios.

Parágrafo. La tarifa del servicio universal de correo que determine la Comisión de regulación de telecomunicaciones, se aplicará de manera uniforme a cualquier envío de correspondencia u otro objeto postal que sea enviado y entregado dentro del territorio nacional.

Artículo 25. *Inviolabilidad de la correspondencia.* El contenido de los envíos de correspondencia y los demás objetos postales son inviolables. En consecuencia, de conformidad con el artículo 15 de la Constitución Política nadie podrá interceptarlos, abrirlos ni examinar su contenido sino en virtud de una orden expedida por una autoridad judicial competente y previo el cumplimiento de las formalidades establecidas en la ley.

Artículo 26. *Propiedad de los envíos de correspondencia y otros objetos postales.* Los envíos de correspondencia y otros objetos postales pertenecen al usuario remitente hasta el momento en que sean entregados al usuario destinatario.

Parágrafo. En el evento en que el operador no pueda entregar al usuario destinatario ni efectuar la devolución al usuario remitente, el envío de correspondencia u objeto postal deberá ser rezagado, procediendo conforme a la reglamentación que para el efecto expida el Ministerio de Comunicaciones.

Artículo 27. *Derechos de los usuarios remitentes.* Sin perjuicio de lo establecido en las leyes civiles y comerciales y en otras normas que regulen la actividad de los operadores de servicios postales, los usuarios remitentes tendrán los siguientes derechos:

1. Exigir a los operadores de los servicios postales la devolución de los envíos de correspondencia y otros objetos postales que hayan sido enviados, siempre que dicha solicitud sea efectuada antes de la entrega del envío u objeto al usuario destinatario y que asuman el costo de la devolución.

2. Solicitar a los operadores de los servicios postales que los envíos de correspondencia y objetos postales que hayan enviado sean dirigidos a un destinatario diferente del inicial, previo el pago de la tarifa a que haya lugar.

3. Recibir en devolución los envíos de correspondencia y otros objetos postales que no puedan ser entregados al usuario destinatario dentro del término establecido para tal efecto, según el tipo de servicio de que se trate, en el manual de operaciones del operador de los servicios postales. El operador de los servicios postales no estará obligado a devolver los envíos de correspondencia y demás objetos postales cuando el usuario remitente no haya proporcionado toda la información necesaria para tal efecto.

4. Exigir el pago de las indemnizaciones que señale el Gobierno Nacional, las cuales se entenderán sin perjuicio de la mayor responsabilidad que corresponda a los operadores de los servicios postales por el incumplimiento de sus deberes legales o reglamentarios. El operador oficial del servicio universal de correo no estará obligado a pagar a los usuarios indemnizaciones por la avería, perdida, o expoliación de los envíos postales en los casos establecidos en el artículo 29 de esta ley.

Artículo 28. *Derechos de los usuarios destinatarios.* Sin perjuicio de lo establecido en las leyes civiles y comerciales y en otras normas que regulen la actividad de los operadores de servicios postales, los usuarios destinatarios tendrán los siguientes derechos:

1. Solicitar y obtener información sobre los envíos de correspondencia y objetos postales que hayan sido enviados a su nombre, cuando se trate de correo registrado o mensajería especializada.

2. Recibir las indemnizaciones en los casos establecidos por el Gobierno Nacional.

Artículo 29. *Exenciones de responsabilidad de los operadores de los servicios postales.* Los operadores de los servicios postales no serán responsables por la pérdida, expoliación o avería de los envíos de correspondencia u otros objetos postales que reciban, transporten o entreguen en los siguientes casos:

1. Cuando la pérdida, expoliación o avería se deba a fuerza mayor o caso fortuito.

2. Cuando los registros del operador sobre el envío de correspondencia o el objeto postal hayan sido destruidos por la ocurrencia de un evento de fuerza mayor o caso fortuito, a menos que la prueba de su responsabilidad pueda ser obtenida por otro medio.

3. Cuando la pérdida o avería hayan ocurrido por culpa del usuario remitente, o son consecuencia de la naturaleza del contenido del envío de correspondencia u objeto postal.

4. Cuando el envío de correspondencia u objeto postal haya sido incautado o decomisado de conformidad con los procedimientos establecidos en la ley.

5. Cuando sea fraudulenta la declaración del valor de los giros postales y telegráficos o de los envíos de correspondencia u objetos postales enviados por correo asegurado o por mensajería especializada.

6. Cuando el usuario remitente o el usuario destinatario, según sea el caso, no hayan presentado ninguna reclamación dentro de un término de sesenta (60) días contados a partir de la remisión del envío de correspondencia o el objeto postal.

Parágrafo. Se presumirá que el usuario destinatario ha recibido a satisfacción el envío de correspondencia u otro objeto postal desde el momento en que el respectivo operador de servicios postales haya hecho entrega del mismo en su domicilio. Esta presunción admitirá prueba en contrario.

Artículo 30. *Procedimiento para reclamar las indemnizaciones.* El usuario remitente o destinatario, según sea el caso, tendrá derecho a recibir el pago de la indemnización previo cumplimiento del siguiente procedimiento:

1. El usuario remitente o destinatario deberá presentar una reclamación escrita al operador de servicios postales, indicando la fecha de remisión del envío de correspondencia u objeto postal y la modalidad de servicio de correo o de mensajería especializada en la cual fue enviado.

2. Dentro de los treinta (30) días siguientes a la presentación de la reclamación, el operador de los servicios postales deberá manifestar si la acepta o la rechaza. En caso que la rechace, deberá indicar las razones que fundamenten tal decisión.

3. Contra la decisión que rechace la reclamación, el usuario remitente o destinatario, según sea el caso, podrá interponer el recurso de reposición ante el operador de los servicios postales, y el de apelación ante Comisión de Regulación de Telecomunicaciones. Tales recursos deberán ser interpuestos dentro de los cinco (5) días siguientes a la notificación de la decisión que rechace la reclamación o que resuelva desfavorablemente el recurso de reposición.

4. La decisión de la Comisión de Regulación Postal que sea favorable al usuario remitente o destinatario obligará al operador de los servicios postales a pagar la indemnización. Si el operador de los servicios postales no pagare la indemnización al usuario, estará sujeto a las sanciones administrativas que imponga el Ministerio de Comunicaciones, sin perjuicio de las acciones que tenga el usuario de conformidad con la ley.

5. Cualquier usuario tendrá derecho a presentar ante la compañía de seguros o establecimiento de crédito que haya otorgado la garantía que haya sido exigida por el Ministerio de Comunicaciones, una reclamación para hacer efectivo el pago de la indemnización. Para que la reclamación sea procedente, bastará que el usuario presente ante la compañía de seguros o establecimiento de crédito una copia auténtica de la resolución ejecutoriada por medio de la cual se haya ordenado el pago de la indemnización.

Disposiciones finales y transitorias

Artículo 31. *Contratos para la gestión de los servicios a cargo de la Administración Postal Nacional, Adpostal, en adelante "Empresa de Correos de Colombia.* La Administración Postal Nacional, Adpostal, en adelante "Empresa de Correos de Colombia", como Empresa Industrial y Comercial del Estado, estará autorizada para constituir con otros operadores de servicios postales, o con otras personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras, asociaciones o uniones temporales destinadas a prestar los servicios postales o desarrollar cualquiera de las actividades comprendidas en su objeto social, con el fin de satisfacer las necesidades de los clientes.

Parágrafo. Mientras la prestación del servicio de correo universal continúe ejerciéndose por parte de Adpostal, en adelante "Empresa de Correos de Colombia" como Empresa Industrial y Comercial del Estado, no habrá lugar al pago de la concesión prevista en el artículo 18 de la presente ley. No obstante, si esta, hiciera uso de las

modalidades de asociación previstas en el presente artículo, el Gobierno Nacional definirá si el asociado deberá pagar una contraprestación por tal efecto así como el monto y forma de pago.

Artículo 32. *Franquicias postales.* A partir de la vigencia de la presente ley, elimínase todas las franquicias postales, salvo la establecida en la Ley 130 de 1994, artículo 38 de la Ley 361 de 1997 y las dispuestas por la Convención de la Unión Postal Universal, y los actos que la complementen, modifiquen, adicionen o sustituyan.

Artículo 33. *Consejo Asesor Postal.* Autorízase al Gobierno Nacional para Crear el Consejo Asesor de Postal, como máximo órgano asesor del gobierno en asuntos postales, cuyas funciones serán, entre otras, las relativas al estudio, deliberación y propuestas en materia de servicios de correo y se ejercerán de oficio o a solicitud del gobierno Nacional.

El Gobierno Nacional establecerá la composición y el régimen de funcionamiento, cuyos miembros representarán a la administración pública, al operador oficial del servicio de correo universal, al sindicato más representativo y asociación mayoritaria de pensionados de este, a los usuarios y a las asociaciones empresariales del sector.

Artículo 34. *Vigencia.* Esta ley rige a partir de su publicación en el ***Diario Oficial*** y deroga todas las normas que le sean contrarias, en particular el parágrafo 2° del artículo 37 de la Ley 80 de 1993 y el Decreto 229 de 1995.

Artículo transitorio 1°. Con el fin de cumplir lo dispuesto en el artículo 7° de esta ley, las personas naturales que a la fecha de promulgación de esta ley estén prestando el servicio de mensajería especializada, contarán con un plazo de tres (3) meses para constituir una sociedad a la cual deberán cederle la licencia previa autorización escrita del Ministerio de Comunicaciones, hasta la fecha de vencimiento de la misma. A partir de este momento deberán ajustarse a lo reglamentado por la presente ley.

Artículo transitorio 2°. Los servicios postales, quedarán sujetos al régimen de libertad regulada y se aplicarán las tarifas mínimas que el Gobierno Nacional determine a través del Ministerio de Comunicaciones, mientras se adecua la estructura orgánica de la Comisión de Regulación de telecomunicaciones.

Las tarifas mínimas aquí previstas deberán ser establecidas por el Ministerio de Comunicaciones a más tardar dentro de los treinta (30) días siguientes a la publicación de esta ley en el ***Diario Oficial*** y, los operadores deberán aplicarlas a más tardar una vez pasados noventa (90) días a partir de la publicación de esta ley en el ***Diario Oficial***.

Artículo transitorio 3°. A partir de la vigencia de la presente ley, autorícese al Gobierno Nacional conforme al artículo 150 numeral 9 de la Constitución Política, para realizar las operaciones necesarias en aras a la asunción del pasivo pensional de la Administración Postal Nacional, en adelante "Empresa de Correos de Colombia", hasta el 31 de diciembre de 1993, el cual será atendido por el Fondo de Pensiones de Empleados Públicos, Fopep.

Artículo transitorio 4°. Autorízase al Gobierno Nacional para que en el término de seis (6) meses contados a partir de la entrada en vigencia de la presente ley reestructure la Administración Postal Nacional teniendo en cuenta los siguientes criterios:

1. Supresión de empleos públicos no necesarios dentro de la administración.

2. Supresión de cargos de trabajadores oficiales siempre y cuando se mantenga dentro de la planta de personal los cargos correspondientes al ejercicio de la admisión curso y entrega de los servicios postales, comprometidos en la parte operativa de la empresa y los cargos administrativos requeridos para el funcionamiento y desarrollo de la entidad como tal.

Guillermo Santos Marín, Musa Besaile Fayad, Representantes a la Cámara; *Mauricio Jaramillo Martínez*, Senador.

EXPOSICION DE MOTIVOS

INTRODUCCION

En un mundo globalizado como el actual, el buen desempeño del comercio y la industria depende en gran medida de la eficiencia en la comunicación. Por esto el desarrollo de las tecnologías de la información ha requerido que las comunicaciones sean cada vez más veloces y confiables. En este sentido, es preciso anotar que durante mucho tiempo el servicio postal ha sido determinante para el desarrollo de las sociedades, llegando a significar un elemento importante para su desenvolvimiento no solo social y cultural, sino que también influye en la competitividad y en el comportamiento de la economía, pues a medida que crece la actividad económica crecen las transacciones comerciales y financieras que se realizan por correo, presionando la prestación de un servicio postal más seguro, más rápido y de mayor valor agregado para el cliente.

Así las cosas, debe tenerse en cuenta que Colombia no ha escapado a esta tendencia, pues en la medida en que el país ha internacionalizado su economía, también ha propiciado la evolución de sus servicios de comunicación, entre ellos el servicio postal.

Antecedentes legales

Desde la promulgación de la Ley 142 de 1913, el Estado colombiano ha tenido el monopolio de la titularidad de los servicios postales. La Ley 76 de 1914, además, dispuso que la prestación de los servicios postales correspondía exclusivamente al Gobierno Nacional. Las condiciones en las cuales debían ser prestados los servicios postales por parte del Gobierno Nacional fueron objeto de normas reglamentarias posteriores, como el Decreto 1418 de 1945 y el Decreto 75 de 1984.

El ejercicio del monopolio postal, que originalmente le había correspondido al Gobierno Nacional, fue atribuido al Ministerio de Comunicaciones por medio del Decreto-ley 1635 de 1960. Más adelante mediante el Decreto-ley 3267 de 1963, expedido en virtud de las facultades extraordinarias concedidas mediante la Ley 21 de 1963, se creó como establecimiento público la Administración Postal Nacional (Adpostal), y se le encargó de la prestación de los servicios postales como entidad descentralizada del orden nacional. El Decreto-ley 222 de 1983, que contenía el estatuto de contratación de la Nación y de sus entidades descentralizadas, autorizó expresamente a Adpostal para celebrar contratos de conducción de correos con personas naturales o jurídicas, de modo que estas últimas pudieran recibir, recolectar y distribuir los envíos de correspondencia y otros objetos postales comprendidos en el monopolio postal.

Además, la Corte Constitucional, mediante Sentencia C-407 de 1994, con ponencia del Magistrado Alejandro Martínez Caballero, ha dicho:

"...la Corte considera además que esta reserva estatal en los servicios postales es razonable y está plenamente justificada constitucionalmente, por cuanto el, manejo de tales servicios, puede potencialmente afectar derechos fundamentales expresamente consagrados en la Constitución, en particular el derecho a la intimidad y a la inviolabilidad de la correspondencia (C.P. art. 15). Es pues legítimo que la ley hubiese establecido la titularidad pública de los servicios postales a fin de facilitar la vigilancia estatal sobre estas actividades. Hay pues razones de interés social que justifican esta reserva estatal.

Posteriormente, la Ley 72 de 1989, dispuso que correspondía al Ministerio de Comunicaciones ejercer la regulación, control y vigilancia sobre los servicios postales. En el mismo sentido, el

---

[1] Informe de Gestión Contraloría General de la República.

Decreto 2122 de 1992, expedido en virtud del artículo transitorio 20 de la Constitución Política, dispuso que el Ministerio de Comunicaciones ejercería, a nombre de La Nación, la titularidad de los servicios postales, y que, en consecuencia, le correspondían las funciones de otorgar las concesiones y licencias para la prestación de tales servicios y el ejercicio de las facultades de vigilancia, inspección y control de los mismos.

El Decreto 2124 de 1992 transformó Adpostal de establecimiento público a Empresa Industrial y Comercial del Estado, sometiéndolo, en consecuencia, a un régimen de igualdad jurídica con los otros operadores de los servicios postales. Como consecuencia de esta transformación, además, Adpostal fue puesto en la necesidad de obtener ingresos suficientes para cubrir los costos de su operación, a pesar de lo cual no se introdujo ningún cambio en la legislación que le permitiera compensar el costo social que implica la prestación del servicio de correo, ni se estableció un mecanismo para cubrir el pasivo pensional que devenía de cuando ésta era establecimiento público.

Aún antes de la transformación de Adpostal en Empresa Industrial y Comercial del Estado, no recibía transferencias del Tesoro General de la Nación.

A pesar de la situación desfavorable en que se dejó a Adpostal a nivel financiero, la empresa ha sido capaz de cubrir no solamente sus costos operacionales, sino también aquellos relacionados con las obligaciones pensionales que el Estado dejó de asumir desde el mismo momento en que ordenó su transformación. Además que viene soportando las pensiones de aquellos funcionarios beneficiarios del régimen de transición que estableció la Ley 100 de 1993, en su artículo 36, inciso 2°.

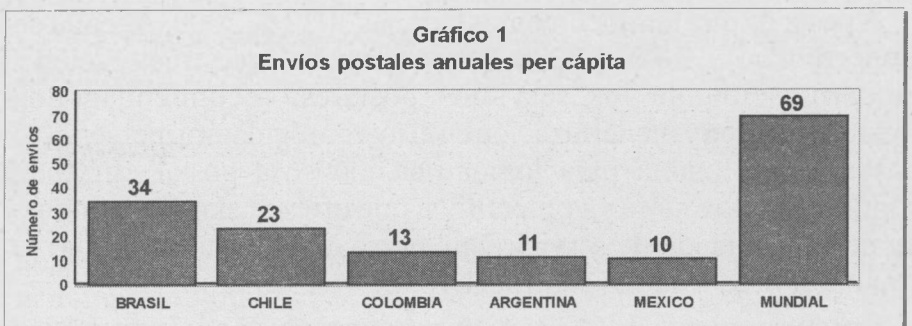
La organización industrial del sector postal

Nos parece de suma importancia, plasmar en esta exposición de motivos el estudio juicioso que ha realizado la Contraloría General de la República, referente al tema postal en Colombia y sobre todo la situación del operador oficial, frente a los demás operadores del sector. No nos resistimos la tentación de transcribir textualmente apartes de dicho informe.

Dice la Controlaría:

Dado que el nuevo entorno económico obliga a la prestación de un servicio postal más seguro, rápido y de mayor valor agregado para el cliente; los servicios de correo enfrentan una fuerte competencia frente a los servicios sustitutos provenientes de las nuevas tecnologías de la información como internet; de tal suerte que su fortaleza se redireccionará hacia un proceso productivo complementario del comercio electrónico, como por ejemplo el envío de paquetes por servicios de entrega rápida.

Gráfico 1
Envíos postales anuales per cápita



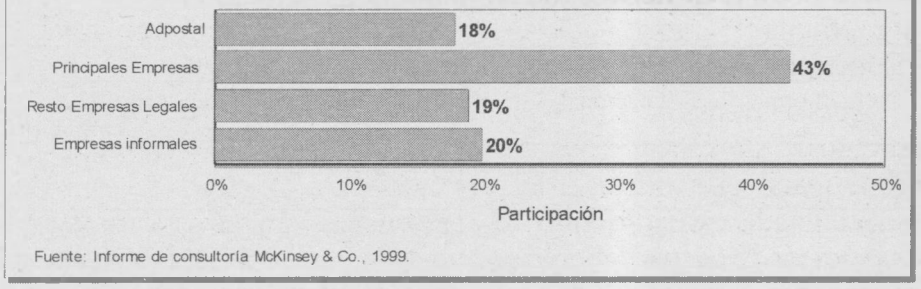
Fuente: Estadísticas Unión Postal Universal

En respuesta a lo anterior, en Colombia, la organización industrial del sector se identifica con una empresa de cobertura nacional de propiedad estatal, Adpostal, que tiene la responsabilidad adicional de proveer el servicio en las zonas de altos costos, compitiendo por los segmentos más rentables del mercado con un grupo de operadores privados. De este modo, a mayo de 2000 Adpostal contaba con una participación de apenas el 18% del mercado del correo normal, a pesar de la obligatoriedad que tienen las empresas estatales de contratar el servicio de mensajería con ella. Entre los principales competidores de Adpostal se cuentan Servientrega, con una participación del 20,5%; Avianca con un 7,7%, DHL (3,6%) y Domesa (1%), resaltando además que el 48% del mercado se encuentra en manos de pequeñas empresas, la mayoría de ellas sin licencia (ver gráfico 2).

Prestación del servicio postal

De acuerdo con los lineamientos de la UPU, los servicios postales se clasifican de acuerdo con el peso y la velocidad requerida en la entrega de las piezas. De esta forma se distinguen el correo normal y el servicio de mensajería especializada, donde el primero se concentra en las cartas o paquetes menores a 2 kilogramos que no requieren ser entregados en un tiempo menor a dos días, mientras que el segundo requiere la adopción de facilidades adicionales de recolección y entrega, permitiendo la adición de valor frente al servicio básico o correo normal.

Gráfico 2
Distribución del mercado postal en Colombia



Fuente: Informe de consultoría McKinsey & Co., 1999.

Por su parte, en Colombia pese a que existe un marco regulatorio que clasifica los servicios postales en correo normal y mensajería especializada, no hay una clara diferenciación entre éstos, lo que ha generado en los segmentos comerciales rentables una abierta competencia en precios que no están ligados al valor agregado del servicio. Ejemplo de lo anterior, es que pese a habérsele asignado a Adpostal la prestación de servicios especiales como el Servicio Universal y las Franquicias Postales a en la prestación del servicio de correo normal; las empresas de mensajería especializada compiten con Adpostal en los segmentos más rentables como son el correo urbano y el empresarial, sin estar obligados a prestar el servicio en las zonas alto costo.

Es así como, mientras Adpostal tiene la responsabilidad de la prestación del servicio universal de correo social, inclusive en las zonas más apartadas del país generando altos costos tanto en la provisión del servicio, como en las franquicias postales, en el segmento de mensajería especializada hay aproximadamente 300 empresas con licencia compitiendo con Adpostal en los sectores más rentables descremando el mercado, y se estima que existen más de 600 empresas informales sin los requisitos legales prestando este servicio.

En consecuencia, esta organización industrial del sector ha venido generando un problema en la prestación del servicio universal de correo y por ende, en la política social por cuanto afecta la

---

[2] Ley 80 de 1993 y el Decreto 229 de 1995 reglamentan los servicios postales en el país.

[3] Dicha asignación fue establecida mediante el Decreto 229 de 1995, donde se específica que el servicio universal asegura la entrega del correo en cualquier lugar del territorio nacional, y con el propósito de dotar a la empresa de los recursos necesarios para financiar dichas obligaciones a través de subsidios cruzados. Mientras que las franquicias postales comprenden el servicio gratuito por parte de Adpostal, a los entes judiciales, legislativos, ejecutivos, militares y prelado apostólico.

viabilidad financiera de Adpostal, quien tiene a cargo esta obligación. Dicha entidad ha estado desarrollando operaciones en los servicios postales de mensajería especializada en un ambiente de competencia inequitativa, lo que se ha reflejado en la pérdida de participación dentro del mercado en más del 80%, afectando sus utilidades.

Así pues, Adpostal ha ido diversificando los servicios que presta con el fin de competir con las empresas privadas, lo que se traduce en la necesidad de mejorar la prestación de sus servicios para mantener un importante segmento del mercado (ver tablas 1 y 2).

Se observa entonces que los servicios de Adpostal no se circunscriben a la prestación del servicio básico nacional, sino que presenta una gran diversidad en su portafolio. Adicionalmente, en la actualidad tiene el cubrimiento de las zonas de más difícil acceso lo que permite que la población vea garantizado su derecho constitucional al acceso a los servicios públicos. Pese a esto, en las zonas donde el negocio de correo no es rentable, el Estado debe asegurar la prestación de este servicio bajo esquemas que permita el cumplimiento de dicho objetivo, en aras de equilibrar la posición de Adpostal frente a los competidores privados.

TABLA 1

Servicios prestados por Adpostal

Servicios nacionales	Servicios internacionales
Correo normal local y nacional, L.C. y A.O	Correo internacional vía aérea, (L.C. y A.O.) Grupo I: América y Grupo II: Resto del mundo.
Correo certificado local y nacional o aéreo, L.C. Y A.O.	
Express Mail Service (EMS)/ Post Service, local y nacional	Correo internacional vía A.P.R/S.A.L. (L.C y A.O.) Grupo I: América y Grupo II: Resto del mundo
Encomiendas, peso mín. 2Kg. y máx. 30Kg., local y nacional	
Corra Programado, peso máx. 30 Kg., local y nacional	Sacas "M" de impresos, peso máx 30Kg., grupos I y II, ordinarios o certificados a cualquier parte del mundo excepto Estados Unidos y Canadá (Convenio UPU)
Corra petición, peso máx. 30 Kg., local y nacional	
Encomiendas contra reembolso, peso máx. 30 Kg., local y nacional.	Encomiendas , peso máx. 30 Kg., grupos I y II.
Correo Electrónico (burofax)	Entrega inmediata o expreso
Acuse de recibo	Correo electrónico (burofax)
Cecogramas, peso máx. 7 Kg., local y nacional o aéreo (son franquicias)	Express Mail Service (EMS) internacional vía aérea, grupos I y II.
Respuesta comercial, local y nacional o aéreo	
Sacas "M" certificadas, peso máx. 30Kg., local y nacional o aéreo.	

Fuente: Adpostal - Acuerdo 0041 de Junta Directiva de diciembre 14 de 2001.

TABLA 2

Servicios prestados por Servientrega

Nacional	Internacional
Documento unitario: involucra documentos o sobres hasta 2Kg. Hay dos tiempos de entrega: 24 horas a nivel local y "hoy mismo" a nivel nacional (con tabla de destinos).	Clasifica el correo en Documento y No Documento, divide los destinos en zonas: 1. Especial, Miami, Resto de USA, Sur América y Canadá, 48 horas; 2. Centro América y Europa Occidental, 72 horas; 3. Asia, Europa Oriental y otros, 96 horas.
Mercancías Premier: ofrece tarifas para trayectos nacionales, zonales, urbano y especiales, crédito o contado. Se manejan los mismos tiempos de entrega.	

Fuente: Servientrega.

Datos de la subgerencia de mercadeo de Adpostal, que incluyen tarifas y destinos de cerca de 40 empresas que prestan el servicio de correo masivo, indican claramente que Adpostal no tiene el monopolio de este tipo de servicio y que los competidores privados no se dedican únicamente a la mensajería especializada.

Esta competencia en el servicio básico, sumada la mala opinión que el común de los usuarios tiene sobre Adpostal ha coadyuvado a que esta empresa haya perdido gran parte del mercado. Sin embargo, la competencia no cumple con los servicios ofrecidos y no hay quien vigile y controle esta situación en favor de los usuarios. Por ejemplo, Servientrega ofrece los tiempos de entrega 24 horas y "hoy mismo", los cuales son imposibles de cumplir en ciertas fechas y a una cierta cantidad de localidades, pero la oficina recibe el correo de todas maneras y cobra el servicio como si fuera posible prestarlo.

Así pues, se observa que la viabilidad financiera de Adpostal se ve seriamente afectada por la normatividad poco clara que ha permitido que se presenten situaciones como las descritas antes, a lo cual se suma la ineficiencia administrativa y de servicios, y la pesada carga pensional.

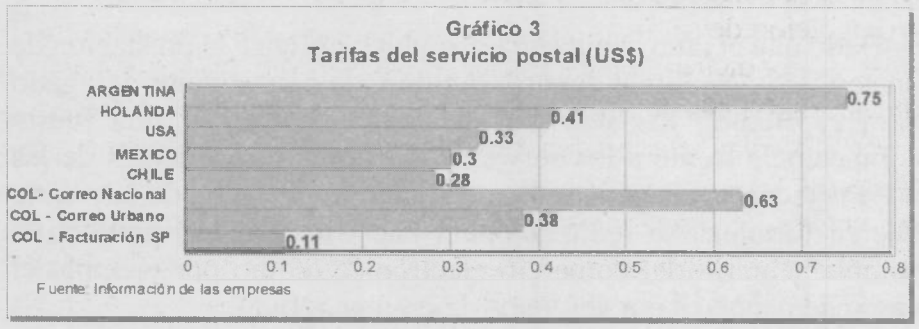
Tarifas y marco regulatorio

Además de los problemas relacionados con la prestación del servicio, existe una alta diferenciación de tarifas de los servicios postales, dependiendo del tipo de usuario y de la ubicación del destino, generando una discriminación en detrimento de los usuarios de zonas apartadas y altos costos. Es así como más del 39% del volumen de envíos postales se factura a tarifas inferiores al promedio internacional, en beneficio de los grandes usuarios del servicio postal, mientras que en el correo normal las tarifas son comparativamente más altas que el promedio mundial (ver gráfico 3).

Cabe resaltar que aparte de los inconvenientes que le genera estar obligado a prestar el servicio universal y de franquicias postales, Adpostal presenta limitaciones propias a su infraestructura, administración y operación que afectan su eficiencia y la posibilidad de competir en el mercado. Esto está ocasionando un sobrecosto a los usuarios que no son grandes emisores, los cuales tienen que acceder a servicios especializados más costosos como alternativa al ineficiente servicio básico de correo normal prestado por Adpostal.

Por lo tanto, para lograr cumplir con el objetivo de prestar un buen servicio universal y asegurar la viabilidad empresarial de Adpostal, se hace necesario un cambio en la estructura actual de la industria postal, así como el diseño de un marco regulatorio eficiente.

Gráfico 3
Tarifas del servicio postal (US$)



Fuente: Información de las empresas

A pesar de que los documentos Conpes 3072 de 2000, Agenda de Conectividad, y 3082 de 2000, Estrategia para la reestructuración y modernización de los servicios postales, recomiendan una reestructuración y modernización en el marco regulatorio del servicio postal en Colombia para lograr una industria postal eficiente, confiable, innovadora y competitiva, que ofrezca al mismo tiempo un nivel apropiado de servicio universal; hasta el momento no se han observado avances significativos en este sentido.

Por consiguiente, la CGR[5] se ha pronunciado sobre la necesidad de diseñar e implementar un marco regulatorio eficiente en el sentido de establecer, para todos los agentes, el nivel mínimo de

[4] Pese a no haber sido reconocido como tal, la Constitución Política de Colombia asigna al servicio postal deberes que lo acreditan como un servicio público.

[5] El Contralor General, alertó al Gobierno Nacional sobre este problema, en carta 11-5300-1130 de mayo 5 de 2000

cobertura del servicio, con una estructura tarifaria económicamente óptima que sea adecuada a la naturaleza de los servicios, y que promueva una organización industrial en la que los beneficios de la competencia lleguen a la mayoría de la población.

De igual forma, es indispensable que el Ministerio de Comunicaciones establezca un marco regulatorio coherente, que diseñe tarifas orientadas a costos económicos para proveer eficientemente los servicios postales, con base en unos indicadores técnicos, financieros y de gestión que permitan evaluar oportunamente la eficiencia y la eficacia de las empresas prestadoras de estos servicios, y gozar de los beneficios de la sana competencia. La definición de este marco regulatorio debe incentivar la inversión de capital privado tanto nacional como internacional, precisando reglas claras en cuanto a la definición del nivel de servicio universal, la creación de mecanismos para financiar la prestación de éste, así como el fortalecimiento de las funciones de control en el Ministerio de Comunicaciones.

También es importante señalar que para la provisión eficiente del servicio universal de correo es necesario establecer mecanismos que permitan al operador que tiene dicha obligación, financiar adecuadamente la prestación del mismo. A nivel internacional se han utilizado mecanismos tales como las contribuciones de la industria, las áreas de reserva para la explotación del operador de servicio universal y un esquema mixto que combina los dos anteriores.

El Area Reservada es un mecanismo para fijar un precio mínimo en el mercado para todos aquellos envíos postales que se encuentran por debajo de un peso establecido catalogándose como Correo Normal, y sólo pueden ser enviados por el operador con la obligación del servicio universal. Cuando existan envíos urgentes o muy importantes para los cuales se requiere un servicio de valor agregado frente al servicio básico, éstos pueden enviarse por operadores de mensajería especializada a un precio mínimo superior, en un factor determinado, a la tarifa del operador público.

Es decir, mediante la utilización del sistema de áreas reservadas, se trata de regular el precio mínimo con el que las empresas de mensajería especializada pueden prestar de manera excepcional el servicio de correo normal, a una tarifa superior a la del operador con la obligación de servicio universal. De cualquier forma, el servicio prestado por dichas empresas debe proveer facilidades adicionales o un valor agregado al servicio básico de correo normal (ver tabla 3).

En particular, una solución factible para la prestación del servicio universal postal en Colombia podría ser la utilización de un mecanismo combinado con aportes de la industria y la definición de las áreas reservadas para el operador con la obligación del servicio universal, de tal forma que pueda recuperar sus costos y asegurar su viabilidad operativa y financiera. No obstante, solucionar el problema de la definición del servicio universal y su marco regulatorio para Colombia, también es prioritario reestructurar al operador público de correo, bien sea a través de una reorganización interna o incluso la liquidación de Adpostal y la creación de una empresa de capital privado o mixto que se encargaría de la prestación pública del servicio de correo, con la obligación del servicio universal.

El nuevo esquema tarifario necesita de una clara definición del área reservada y tarifa básica, que además sea consistente con la definición de servicio universal, determinando si éste abarca el correo social; además, debe hacerse claro que los términos no definidos no deben utilizarse, evitando que algún operador, después de emitida la normatividad, pueda ofrecer servicios con cierta denominación que la norma no incorpora pero que pueda ser asimilable a alguno de los servicios que sí están definidos, o incluir una estrategia para definir situaciones cuando se presente un caso similar.

País	Múltiplo de la tarifa del operador del Servicio Universal que deben cobrar las empresas de mensajería especializada (a mayo de 2000)							
	1X	2X	3X	4X	5X	6X	Reserva absoluta	Valores de X ($ Col.)
México							✓	586
Chile							✓	n.d.
Brasil							✓	n.d.
Dinamarca						✓		1.096
Alemania					✓			1.086
Austria					✓			981
Francia					✓			882
Bélgica					✓			814
Holanda					✓			702
Portugal					✓			n.d.
Singapur					✓			n.d.
Gran Bretaña				✓				817
Australia				✓				557
USA			✓					629
Canadá			✓					605

Fuente: Estadísticas de la UPU.

Situación de la Administración Postal Nacional, Adpostal

En 1963 como consecuencia de una reorganización adelantada en el Ministerio de Comunicaciones y mediante Decreto 3267 de 1963, se creó la Administración Postal Nacional como establecimiento público adscrito al Ministerio de Comunicaciones, con autonomía jurídica, administrativa y patrimonial; para ejercer en nombre del Estado el monopolio del manejo de la correspondencia en el territorio nacional. En 1992 por Decreto 2124, Adpostal es reestructurada como Empresa Industrial y Comercial del Estado y en 1993 con el Decreto 2247 se aprueban los estatutos. Actualmente, la empresa cuenta con 221 oficinas postales, distribuidas en ocho regionales, las cuales cubren el 100% del territorio nacional.

Adpostal tiene por objeto la prestación y explotación económica de los servicios postales que mediante concesión le confiere el Ministerio de Comunicaciones. En este sentido, para cumplir con su objeto, Adpostal tiene entre sus funciones la administración y prestación de los servicios de correspondencia urbana nacional e internacional, giros postales, correo electrónico y todos los que le sean otorgados por concesiones, así como la administración de los fondos que recaude y la definición de las tarifas de los servicios a su cargo. A partir de la expedición del Decreto 229 de 1995 se abre legalmente a la competencia la prestación de los servicios postales en Colombia y se elimina el monopolio de Adpostal en la prestación de estos servicios, lo que ha generado un desafío para la empresa dado el nuevo ambiente competitivo.

Adpostal entró a competir formalmente en el mercado cuando recibió mediante Contrato Interadministrativo 001 del 16 de marzo de 1995, prorrogado el 16 de marzo de 2000, del Ministerio de Comunicaciones la concesión para la prestación y explotación del servicio de correo a nivel nacional e internacional, por un término de cinco (5) años, y a través de la Resolución 4221 de 1997 el Ministerio de Comunicaciones otorgó a Adpostal la concesión para prestar al público el servicio de mensajería especializada a nivel nacional y en conexión con el exterior, por un término de cinco (5) años.

Como se mencionó anteriormente, la viabilidad financiera de Adpostal se ha visto disminuida particularmente por la desigualdad de condiciones en las que tiene que competir por el mercado postal,

especialmente el de mensajería especializada dados los altos costos en los que debe incurrir para prestar el servicio en las zonas más apartadas del país.

Los ingresos operacionales de Adpostal se generan principalmente por la venta de servicios de transporte de correo nacional (superficie y aéreo), internacional, comisiones de giros y participación del contrato con Avianca del correo aéreo. Mientras que los gastos operacionales incluyen, además de los gastos propios de operación, los gastos referidos al pago de nómina y pensiones, rubros que constituyen el mayor gasto de la empresa. En consecuencia, los gastos de administración de Adpostal representan poco más de la mitad del total de gastos operacionales.

Finalmente, queremos manifestar que en aras de fortalecer la industria postal en nuestro país, no debe sacrificarse la existencia del operador oficial de correo en beneficio de los particulares, ni darle ventajas a este en detrimento de aquellos, es decir que la ley debe conservar el espíritu de libre competencia en igualdad de condiciones.

El negocio del correo es uno de los más lucrativos en otros países, donde el Estado no solamente se limita a regular sino que participa activamente conservando para él una franja reservada de correo, que le permita no solamente garantizar a los ciudadanos el acceso a este medio de comunicación, sino a la vez generar ingresos y empleo.

El presente análisis y conjunto de sugerencias se plantean buscando el desarrollo normal y eficiente del mercado postal colombiano, buscando un equilibrio justo entre el operador privado y el operador oficial y anteponiendo la imperiosa necesidad de darle a la Administración Postal una estructura moderna, eficaz y aportando los instrumentos necesarios para que el Gobierno Nacional la dote de una verdadera fortaleza que le permita operar en los términos de libre competencia e igualdad de condiciones.

P O N E N C I A S

PONENCIA PARA SEGUNDO DEBATE AL PROYECTO DE LEY NUMERO 143 DE 2001 CAMARA

por medio de la cual se democratiza la pauta publicitaria de las entidades oficiales, establecimientos públicos, sociedades de economía mixta, a los pequeños medios de comunicación de provincias y capitales y se dictan otras disposiciones.

Doctor

WILLIAM VELEZ MESA

Presidente y demás Miembros.

Honorable Cámara de Representantes.

Ciudad.

Señor Presidente y honorables Representantes:

Por disposición de la Mesa Directiva de la Comisión Sexta Constitucional Permanente de la honorable Cámara de Representantes (CSCP 3.6-021/02), nos ha correspondido el inmenso honor de rendir Ponencia para segundo debate al Proyecto de ley número 143 de 2001 Cámara, *por medio de la cual se democratiza la pauta publicitaria de las entidades oficiales, establecimientos públicos, sociedades de economía mixta, a los pequeños medios de comunicación de provincias y capitales y se dictan otras disposiciones,* cuyo autor es el honorable Representante, doctor *Boris de Jesús Polo Padrón,* siendo ponente para el primer debate el honorable Representante doctor *Jorge Humberto Mantilla Serrano.*

TEXTO APROBADO EN PRIMER DEBATE

Según consta en el Acta número 030 del 11 de junio de 2002, la Comisión Sexta Constitucional Permanente de la honorable Cámara de Representantes:

"PROYECTO DE LEY NUMERO 143 DE 2001 CAMARA

por medio de la cual se democratiza la pauta publicitaria de las entidades oficiales, establecimientos públicos, sociedades de economía mixta, a los pequeños medios de comunicación de provincias y capitales y se dictan otras disposiciones.

El Congreso de Colombia

DECRETA:

Artículo 1°. Para los fines de la presente ley se consideran pequeños medios de comunicación de provincias y capitales aquellos cuya actividad de edición, producción, impresión y difusión, no sobrepasen los topes mínimos establecidos en la presente ley.

Artículo 2°. Los topes que definirán el carácter de los medios de comunicación aludidos en esta ley serán los siguientes:

Los periódicos tabloides, publicados en base papel o en medios electromagnéticos, con tirajes no inferior a tres mil (3.000) ejemplares por cada fecha de circulación y cuya periodicidad no sea superior a tres meses.

Los que en ejercicio del periodismo radial, programen mínimo dos horas diarias.

Los canales de televisión local con un mínimo de catorce horas (14) semanales y,

Los programas emitidos en radiodifusoras con un mínimo de tres (3) horas.

Los medios de que habla el presente artículo podrán realizar su producción en talleres y estudios propios o de terceros, total o parcialmente.

Artículo 3°. La presente ley tiene los siguientes objetivos:

a) La defensa y difusión de los principios de libertad de prensa, buena presentación, titulación, redacción y pulcra ortografía, libre de errores gramaticales, correcta dicción y excelente edición a fin de que se presenten a sus lectores, radioyentes y televidentes con la calidad que la actividad demanda;

b) Lograr la plena democratización de las pautas publicitarias y su uso como medio de transmisión de conocimiento y fomento a la investigación social;

c) Estimular, fomentar y apoyar la producción de pequeños y medianos medios de comunicación de provincia y capital, ya sean impresos, radiales o de televisión;

e) Capacitar y estimular al personal que interviene en la creación, producción y difusión de este tipo de medios como: diagramadores, ilustradores, fotocompositores, camarógrafos, corrector de estilo, gramatical y ortotipográfico y otros, contribuyendo así a la generación de empleo y al desarrollo de la industria editorial, radial y audiovisual;

f) Lograr la creación y el desarrollo en todo el país de nuevas pequeñas empresas editoriales de carácter periodístico, cultural e investigativo;

g) Ofrecer a los directores de estos medios las condiciones que hagan posible el logro de los objetivos de trata este artículo.

Artículo 4°. Todas las entidades oficiales de carácter nacional, departamental, distrital, municipal y las sociedades de economía mixta, destinarán el 20% de su presupuesto de publicidad asignado para cada vigencia fiscal, a contratar pauta publicitaria con los medios de comunicación definidos en el artículo 1° de esta ley.

Parágrafo 1°. Se entenderán excluidos del porcentaje arriba señalado, los medios de comunicación regionales que se encuentren en calidad de dependientes de casas editoriales matrices, cadenas radiales, programadoras y canales de televisión nacionales.

Artículo 5°. La pauta publicitaria de las entidades de carácter departamental y municipal se contratará en la misma proporción establecida en el artículo anterior de la presente ley, con los medios de comunicación del respectivo departamento, municipio o distrito.

Artículo 6°. Como estímulo para el desarrollo de los medios aquí aludidos, el Gobierno Nacional canalizará recursos para otorgar créditos en condiciones favorables y a largo plazo a las personas naturales o jurídicas que inviertan en el ensanche o apertura de medios de comunicación con las características aquí establecidas.

Artículo 7°. El Gobierno Nacional, reglamentará un procedimiento suficientemente ágil para todos los trámites de derechos que efectuaren los propietarios o directores de los medios de comunicación beneficiarios de esta ley, con el objeto de que puedan competir en igualdad de condiciones.

Artículo 8°. Las empresas de mensajería especializada, en todos sus órdenes, incluyendo la Administración Postal Nacional, Adpostal, tanto de carácter nacional como internacional que operen dentro del territorio nacional, concederán a los medios radiales y escritos cobijados por la presente ley, una tarifa de carácter preferencial que en todo caso no será superior al cincuenta por ciento (50%) de los costos ordinarios tanto para los envíos domésticos como para los del exterior.

Artículo 9°. Créase el Registro Unico de Pequeños y Medianos Medios de Comunicación de Provincia y Capital, el cual llevarán los entes territoriales, establecimientos públicos, sociedades de economía mixta para garantizar la participación de los medios en los beneficios de la presente ley, igualmente para el ejercicio de inspección, vigilancia y control de las condiciones mínimas de calidad, esto sin perjuicio de lo establecido para algunos medios.

Artículo 10. Los directores, propietarios y/o Representantes Legales, por lo menos el director y/o propietarios de los medios reconocidos en esta ley deben ser comunicadores sociales-periodistas o en su defecto acreditar amplia experiencia en los medios de comunicación social.

Artículo 11. Todos los medios que se acojan reglamentariamente a esta ley, deberán generar mínimo tres empleos directos.

Artículo 12. La presente ley rige a partir de su publicación y deroga todas las disposiciones que le sean contrarias".

EXPOSICION DE MOTIVOS

1. El presente proyecto de ley en palabras del autor, pretende crear incentivos para que los pequeños medios de información de provincia y capitales, logren sobrevivir al obligar a las entidades oficiales de carácter nacional, departamental, distrital, municipal y las sociedades de economía mixta, destinar el 20% del presupuesto de publicidad de cada vigencia fiscal para ser pautados en dichos medios.

Se consideran "pequeños medios de comunicación de provincias y capitales" los medios de comunicación escrita, radial y televisiva cuyas producciones se inscriban dentro de los topes de que habla el artículo 2, así: a) periódicos tabloides publicados en base papel o en medios electromagnéticos, con tirajes no inferiores a 3.000 ejemplares, con periodicidad no superior a tres meses (**Nota:** *Es confusa la noción de número de ejemplares en medio electromagnético: ¿Se trata de enviar un correo a 3000 destinatarios o de abrir una página web que sea menos consultada por este número de lectores?, de ser factible esta última opción, cualquiera que tuviere un domino punto co., cumpliría el requisito);* b) Al menos 2 horas diarias de periodismo radial o 3 horas radiodifundidas de otros programas, y c) Al menos 14 horas en canales de televisión local.

2. En forma adicional se crea una franquicia postal tanto para envíos nacionales como internacionales, no superior al 50% de los costos ordinarios, a favor de los "pequeños medios de comunicación de provincias y capitales" (artículo 8°).

3. Se establece para el Gobierno Nacional la obligación de canalizar recursos para otorgar créditos en condiciones favorables y a largo plazo a favor de las personas naturales o jurídicas que inviertan en el ensanche o apertura de los "pequeños medios de comunicación de provincias y capitales" (artículo 6°).

Inconstitucionalidad del proyecto

El proyecto está lleno de buenas intenciones, pero para nosotros, salvo mejor opinión, es inconstitucional, veamos:

Bástenos con mirar el artículo 8° del proyecto bajo análisis, para decir, sin lugar a equivocarnos, que se está disponiendo de la propiedad, manejo, orientación, precio y servicios de algunas empresas que son privadas, de carácter nacional y extranjero, que viene a ser, sin lugar a dudas, como una especie de confiscación o de disposición de lo ajeno; además, de darle aprobación al proyecto en mención, se podría estar rompiendo con la unidad normativa, y se podría incurrir en vicios de unidad temática dando al traste con el principio de la selección objetiva de la contratación estatal, ya que al menos el 20% de su presupuesto de publicidad estaría destinado a vincular empresas que no tendrían que cumplir sino el requisito de ser "pequeños medios de comunicación de provincias y capitales", sin atender a la experiencia acreditada, la calidad del servicio, los precios del mercado, los niveles de atención al usuario, y las demás garantías y parámetros propios de los procesos de contratación pública, en los cuales se invierten los dineros del Estado, rompiendo el principio de igualdad consagrado en nuestra Constitución.

Además se incurriría en los vicios de falta de unidad temática del proyecto en razón de las franquicias postales y de la expedición de beneficios tributarios.

Cabe anotar que uno de los principales motivos expuesto por el autor del proyecto a favor de su aprobación, parece ser el reconocimiento legal del periodismo, pero este se encuentra totalmente satisfecho en nuestro ordenamiento jurídico, dado que:

En materia de periodismo, la Corte Constitucional, en Sentencia C-087 de 1998, con base en el artículo 73 de la Carta Política de 1991, declaró inexequible los apartes de la Ley 51 de 1975 que

exigían un título profesional para el ejercicio del periodismo. A efecto de materializar en ley el contenido de dicha sentencia se han presentado los Proyectos de ley 030 de 2001 Cámara y 084 de 2001 Cámara, acumulados, cuya ponencia para segundo debate en la Comisión Sexta Constitucional Permanente aparece publicada en la Gaceta 171 del Congreso, fechada el 17 de mayo de 2002.

Proposición:

Fundamentados en lo ante expuesto, solicitamos a la Plenaria de la Corporación, no darle segundo debate al Proyecto de ley número 143 de 2001 Cámara, *por medio de la cual se democratiza la pauta publicitaria de las entidades oficiales, establecimientos públicos, sociedades de economía mixta, a los pequeños medios de comunicación de provincias y capitales y se dictan otras disposiciones,* y, consecuencialmente, solicitamos, se archive el proyecto.

De los honorables Representantes,

La Representante a la Cámara por Antioquia,

Rocío Arias Hoyos.

El Representante a la Cámara por Bolívar,

Alfonso López Cossio.

El Representante a la Cámara por Risaralda,

Carlos Enrique Soto Jaramillo.

CAMARA DE REPRESENTANTES

COMISION SEXTA CONSTITUCIONAL PERMANENTE

18 de septiembre de 2002

Autorizamos el presente informe.

El Presidente,

Alexander López Maya.

El Secretario,

Carlos Oyaga Quiroz.

TEXTO DEL PROYECTO DE LEY NUMERO 143 DE 2001 CAMARA

Aprobado en primer debate en la Comisión Sexta Constitucional Permanente de la honorable Cámara de Representantes, *por medio de la cual se democratiza la pauta publicitaria de las entidades oficiales, establecimientos públicos, sociedades de economía mixta, a los pequeños medios de comunicación de provincias y capitales y se dictan otras disposiciones.*

El Congreso de Colombia

DECRETA:

Artículo 1°. Para los fines de la presente ley se consideran pequeños medios de comunicación de provincias y capitales aquellos cuya actividad de edición, producción, impresión y difusión, no sobrepasen los topes mínimos establecidos en la presente ley.

Artículo 2°. Los topes que definirán el carácter de los medios de comunicación aludidos en esta ley serán los siguientes:

Los periódicos tabloides, publicados en base papel o en medios electromagnéticos, con tirajes no inferior a tres mil (3.000) ejemplares por cada fecha de circulación y cuya periodicidad no sea superior a tres meses.

Los que en ejercicio del periodismo radial, programen mínimo dos horas diarias.

Los canales de televisión local con un mínimo de catorce horas (14) semanales y,

Los programas emitidos en radiodifusoras con un mínimo de tres (3) horas.

Los medios de que habla el presente artículo podrán realizar su producción en talleres y estudios propios o de terceros, total o parcialmente.

Artículo 3°. La presente ley tiene los siguientes objetivos:

a) La defensa y difusión de los principios de libertad de prensa, buena presentación, titulación, redacción y pulcra ortografía, libre de errores gramaticales, correcta dicción y excelente edición a fin de que se presenten a sus lectores, radioyentes y televidentes con la calidad que la actividad demanda;

b) Lograr la plena democratización de las pautas publicitarias y su uso como medio de transmisión de conocimiento y fomento a la investigación social;

c) Estimular, fomentar y apoyar la producción de pequeños y medianos medios de comunicación de provincia y capital, ya sean impresos, radiales o de televisión;

e) Capacitar y estimular al personal que interviene en la creación, producción y difusión de este tipo de medios como: diagramadores, ilustradores, fotocompositores, camarógrafos, corrector de estilo, gramatical y ortotipográfico y otros, contribuyendo así a la generación de empleo y al desarrollo de la industria editorial, radial y audiovisual;

f) Lograr la creación y el desarrollo en todo el país de nuevas pequeñas empresas editoriales de carácter periodístico, cultural e investigativo;

g) Ofrecer a los directores de estos medios las condiciones que hagan posible el logro de los objetivos de que trata este artículo.

Artículo 4°. Todas las entidades oficiales de carácter nacional, departamental, distrital, municipal y las sociedades de economía mixta, destinarán el 20% de su presupuesto de publicidad asignado para cada vigencia fiscal, a contratar pauta publicitaria con los medios de comunicación definidos en el artículo 1° de esta ley.

Parágrafo 1°. Se entenderán excluidos del porcentaje arriba señalado, los medios de comunicación regionales que se encuentren en calidad de dependientes de casas editoriales matrices, cadenas radiales, programadoras y canales de televisión nacionales.

Artículo 5°. La pauta publicitaria de las entidades de carácter departamental y municipal se contratará en la misma proporción establecida en el artículo anterior de la presente ley, con los medios de comunicación del respectivo departamento, municipio o distrito

Artículo 6°. Como estímulo para el desarrollo de los medios aquí aludidos, el Gobierno Nacional canalizará recursos para otorgar créditos en condiciones favorables y a largo plazo a las personas naturales o jurídicas que inviertan en el ensanche o apertura de medios de comunicación con las características aquí establecidas.

Artículo 7°. El Gobierno Nacional, reglamentará un procedimiento suficientemente ágil para todos los trámites de derechos que efectuaren los propietarios o directores de los medios de comunicación beneficiarios de esta ley, con el objeto de que puedan competir en igualdad de condiciones.

Artículo 8°. Las empresas de mensajería especializada, en todos sus órdenes, incluyendo la Administración Postal Nacional, Adpostal, tanto de carácter nacional como internacional que operen dentro del territorio nacional, concederán a los medios radiales y escritos cobijados por la presente ley, una tarifa de carácter preferencial que en todo caso no será superior al cincuenta por ciento (50%) de los costos ordinarios tanto para los envíos domésticos como para los del exterior.

Artículo 9°. Créase el Registro Unico de Pequeños y Medianos Medios de Comunicación de Provincia y Capital, el cual llevarán los entes territoriales, establecimientos públicos, sociedades de economía mixta para garantizar la participación de los medios en los beneficios de la presente ley, igualmente para el ejercicio de inspección vigilancia y control de las condiciones mínimas de calidad, esto sin perjuicio de lo ya establecido para algunos medios.

Artículo 10. Los directores, propietarios y/o Representantes Legales, por lo menos el director y/o propietarios de los medios reconocidos en esta ley deben ser comunicadores sociales-periodistas o en su defecto acreditar amplia experiencia en los medios de comunicación social

Artículo 11. Todos los medios que se acojan reglamentariamente a esta ley, deberán generar mínimo tres empleos directos.

Artículo 12. La presente ley rige a partir de su publicación y deroga todas las disposiciones que le sean contrarias.

En los términos anteriores fue aprobado el Proyecto de ley número 143 de 2001 Cámara, *por medio de la cual se democratiza la pauta publicitaria de las entidades oficiales, establecimientos públicos, sociedades de economía mixta, a los pequeños medios de comunicación de provincias y capitales y se dictan otras disposiciones,* según consta en el Acta número 030 del 11 de junio de 2002.

El Presidente,

Plinio Edilberto Olano Becerra.

El Secretario,

Fernel Enrique Díaz Quintero.

TEXTOS DEFINITIVOS

TEXTO DEL PROYECTO DE LEY NUMERO 42 DE 2000 CAMARA, 149 DE 2001 SENADO

por medio de la cual la Nación se asocia a la celebración de los doscientos cuarenta y dos (242) años de fundación del municipio de Condoto en el departamento del Chocó y se dictan otras disposiciones.

Bogotá, D. C., 1° de octubre de 2002

Doctor

ANGELINO LIZCANO RIVERA

Secretario General

Honorable Cámara de Representantes

En su Despacho

Señor Secretario:

Me refiero al encargo, hecho por el Despacho a su digno cargo, concerniente a la misión de rehacer e integrar el texto del Proyecto de ley número 42 Cámara, 149 de 2001 Senado, *por medio de la cual la Nación se asocia a la celebración de los doscientos cuarenta y dos (242) años de fundación del municipio de Condoto en el departamento del Chocó y se dictan otras disposiciones,* conforme a lo establecido al artículo 167 de la Constitución Política. Sobre el particular, le manifiesto que con el presente doy cumplimiento en los términos que expreso a continuación.

1. El proyecto que se comenta surtió los debates de rigor en el Congreso de la República.

2. Por razones de inconstitucionalidad, con fecha 3 de diciembre de 2001, el Gobierno Nacional retorno al Congreso de la República la iniciativa.

3. Mediante sendos informes aprobados por las Plenarias del Senado de la República y la Cámara de Representantes la Corporación insistió en la constitucionalidad de las normas objetadas. Dicho informe no aceptó los argumentos presentados en contra de los artículos 2° y 3°, en cambio aceptó los reparos formulados en contra del artículo 4°.

4. En Sentencia C-486 de 2002, con ponencia del magistrado Jaime Córdoba Triviño, la honorable Corte Constitucional declaró infundadas las objeciones formuladas en contra del artículo 2° y del artículo 3°, haciendo la salvedad que el aparte "hacer los traslados presupuestales requeridos" contenido en esta última disposición no se ajusta a la Constitución Política.

5. Dando cumplimiento a lo preceptuado por el artículo 167 de la Constitución Política el señor Ministro de Hacienda y Crédito Público en escrito, de fecha 17 de septiembre de 2002, dirigido al señor Secretario General de la Cámara de Representantes indica que debe ser excluido el aparte "hacer los traslados presupuestales requeridos" contenido en el artículo 3° del proyecto.

6. Con todo, se transcribe a continuación el texto del proyecto a ser remitido para fallo definitivo por parte de la honorable Corte Constitucional.

LEY NUMERO...

por medio de la cual la Nación se asocia a la celebración de los doscientos cuarenta y dos (242) años de fundación del municipio de Condoto en el departamento del Chocó y se dictan otras disposiciones.

El Congreso de Colombia

DECRETA:

Artículo 1°. La Nación se asocia a la celebración de los doscientos cuarenta y dos (242) años de la fundación del municipio de Condoto en el departamento del Chocó.

Artículo 2°. Autorízase al Gobierno Nacional para incluir dentro del Presupuesto General de la Nación, apropiaciones presupuestales hasta por la suma de cuatro mil millones de pesos ($4.000.000.000), que permitan la ejecución de las siguientes obras de infraestructura en el municipio de Condoto en el departamento del Chocó.

– Reconstrucción y modernización de la bocatoma, red de conducción, planta de tratamiento, red de distribución y tanques de almacenamiento, del acueducto de la zona urbana de Condoto.

– Construcción de la carretera Condoto-Santa Ana.

– Construcción de la planta física y dotación del Hospital San José.

– Construcción de la planta física del Colegio Scipión.

– Construcción de la planta física del Colegio María Auxiliadora.

– Construcción de la planta física del Instituto Técnico Comercial.

– Pavimentación del anillo vial del municipio de Condoto.

– Construcción del polideportivo del municipio.

Artículo 3°. El Gobierno Nacional, queda autorizado para efectuar las apropiaciones presupuestales necesarias para el cumplimiento de la presente ley.

Artículo 4°. Esta ley rige a partir de la fecha de su promulgación.

Con un cordial saludo,

Edgar Eulises Torres Murillo,

Representante a la Cámara.

CONTENIDO

Gaceta número 417 - Viernes 4 de octubre de 2002

CAMARA DE REPRESENTANTES

Págs.

PROYECTOS DE LEY

Proyecto de ley número 90 de 2002 Cámara, por la cual se dictan normas tendientes a regular la prestación de los Servicios Postales, se eliminan las Franquicias Postales; y se dictan otras disposiciones. 1

PONENCIAS

Ponencia para segundo debate al proyecto de ley número 143 de 2001 Cámara, por medio de la cual se democratiza la pauta publicitaria de las entidades oficiales, establecimientos públicos, sociedades de economía mixta, a los pequeños medios de comunicación de provincias y capitales y se dictan otras disposiciones. 12

TEXTOS DEFINITIVOS

Texto del proyecto de ley número 42 de 2000 Cámara, 149 de 2001 Senado, por medio de la cual la Nación se asocia a la celebración de los doscientos cuarenta y dos (242) años de fundación del municipio de Condoto en el departamento del Chocó y se dictan otras disposiciones. 15

IMPRENTA NACIONAL DE COLOMBIA - 2002