



Montería, junio 08 de 2021

Señores  
**COMISION DE REGULACION DE LAS COMUNICACIONES**  
Bogotá

**Referencia: ANÁLISIS DEL MERCADO DE ENVÍOS MASIVOS**

Cordial saludo:

En atención al Documento de alternativas regulatorias, nos permitimos responder algunas de las preguntas del cuestionario, en el siguiente orden:

**1. ¿Considera que las alternativas regulatorias planteadas para cumplir con los objetivos relacionados con la tarifa mínima son adecuadas? ¿Por qué?**

Considero pertinente y oportuna la Alternativa 4: "Establecer un valor de cero (0) para la tarifa mínima del servicio de mensajería expresa masiva, de manera que los prestadores de este servicio puedan cobrar los precios que les permitan recuperar sus costos de prestación, bajo criterios de eficiencia, así como establecer la obligación de reportar a la Comisión los precios cobrados tanto por el servicio de correo masivo como por el servicio de mensajería expresa masiva.". Por qué sería la mejor forma de recuperar clientes, y la vez aumentar la productividad y generar empleo.

**2. ¿Considera que la tarifa mínima establecida en la Resolución CRC 2567 de 2010, compilada en la Resolución CRC 5050 de 2016, para los servicios de mensajería expresa que tengan como fin la distribución de objetos postales masivos y su interconexión entre operadores, ha tenido efectos (positivos o negativos) en el mercado? En caso afirmativo**

Los efectos para la compañía que represento al principio fueron positivas, en la medida que los clientes debían respetar la tarifa mínima, pero en la medida que fueron pasando los años, los clientes mejor dejaban de utilizar nuestros servicios y contrataban con personas naturales bajo la modalidad de mensajerías que no son reguladas y por lo tanto tenían la facilidad de bajar las tarifas aun mucho mas bajas de la tarifa mínima establecida por la CRC



La regulación de las tarifas, trajo un efecto negativo para nosotros, muchos clientes se fueron buscando una tarifa más económica.

**6. ¿La prestación de servicios de valor agregado incide al momento de elegir servicios de mensajería expresa o correo para el envío de objetos postales masivos?**

Desde el principio en que la empresa empezó a ofrecer y brindar los servicios, la parte interesante del servicio siempre fueron los valores agregados, es una forma de satisfacer al cliente y de llenar sus expectativas en el mercado.

El operador postal desde que tiene relación comercial con un cliente, se convierte en su aliado estratégico, pero esta se basa en la fidelización con la modalidad de servicios agregados.

Esperamos que nuestras apreciaciones contribuyan en algo para el respectivo análisis.

Agradeciendo su atención a la presente.

Atentamente,

**FERNANDO LOPEZ CASTILLO**  
Gerente General