

**CORREOS DE COLOMBIA, UNA MIRADA DESDE EL MERCADO
INTERNACIONAL.**

Natalia Paola Gutierrez Orozco

Npgutierrez34@ucatolica.edu.co

Línea de Investigación: Finanzas y Desarrollo

Opción de grado: Prácticas Empresariales

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE COLOMBIA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
NOVIEMBRE 2019
BOGOTÁ, D.C. COLOMBIA

Página de aprobación



Atribución-NoComercial 2.5 Colombia (CC BY-NC 2.5)

La presente obra está bajo una licencia:
Atribución-NoComercial 2.5 Colombia (CC BY-NC 2.5)
Para leer el texto completo de la licencia, visita:
<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/2.5/co/>

Usted es libre de:



Compartir - copiar, distribuir, ejecutar y comunicar públicamente la obra
hacer obras derivadas

Bajo las condiciones siguientes:



Atribución — Debe reconocer los créditos de la obra de la manera especificada por el autor o el licenciante (pero no de una manera que sugiera que tiene su apoyo o que apoyan el uso que hace de su obra).



No Comercial — No puede utilizar esta obra para fines comerciales.

TABLA DE CONTENIDOS

1. Presentación
2. Planteamiento del problema
3. Objetivos
4. Marco Referencial
 - Marco Teórico
 - Marco Histórico
5. Descripción de la Entidad
6. Objeto de la Práctica
7. Funciones
8. Metodología
9. Conclusiones
10. Bibliografía

RESUMEN

Es evidente el reto que tiene Colombia frente a la internacionalización, ya que ésta dinámica requiere de una actividad económica robusta y competitiva frente a los mercados internacionales. Colombia como organismo participante de la Unión Postal Universal, le compete el préstamo del servicio de correo en el territorio. Servicios Postales nacionales S.A, comúnmente conocido por su marca 4-72, es el operador que desarrolla dicha función. Este trabajo consta del análisis realizado desde la práctica en el área de Cuentas Internacionales de 4-72, donde se puede observar la relación del comercio internacional manejado en los distintos servicios que se le otorgan a la compañía y la consolidación de las relaciones comerciales entre los países. Como conclusión a la observación realizada durante 5 meses, se lleva a que Colombia es un país abierto a la opción de consolidar mayores tratados y acuerdos internacionales que promuevan el mayor movimiento de bienes y servicios en el mercado. Por lo anterior, este trabajo concluye sobre la importancia de las relaciones comerciales en la economía de un país y como estos activan la actividad económica.

PALABRAS CLAVES

Comercio internacional, Operador postal, Internacionalización, Tratados y Acuerdos Comerciales.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Colombia a partir del año 1991, con la nueva constitución política, se consolida la implementación de nuevas reformas, las cuales aportaron a la modificación de las relaciones internacionales con el resto del mundo, lo que se llamó internacionalización económica. Estas reformas cambiaron el accionar del mercado al disminuir las barreras comerciales, la condición de libre importación a más de 90% de los bienes y servicios, se redujo la estructura arancelaria y sus tarifas (Bonilla, 2011. p.p 47), es decir, se cierra el ciclo de la antigua economía proteccionista para darle paso a la dinámica internacional que fue el fortalecimiento del comercio y el cumplimiento del mantener estable la economía.

Los distintos gobiernos han implementado políticas que fomenten la creación de distintos tratados de libre comercio.

El objetivo de esta investigación constituye el analizar la inserción de la economía colombiana en los mercados internacionales y como esto potencializa el desarrollo, la conectividad y la comercialización de los distintos bienes y servicios tanto para el beneficio interno como el para el fortalecimiento de los acuerdos comerciales internacionales.

Es por lo cual que esta pasantía se realizó en Servicios Postales Nacionales S.A, que como país activo de la UPU (Unión Postal Universal) cuenta con ciertos servicios particulares, los cuales activan el movimiento de bienes en los mercados internacionales.

OBJETIVO GENERAL

Analizar el sistema operativo del servicio de correo internacional y los acuerdos comerciales internacionales de Servicios Postales Nacionales S.A. como operador postal oficial de Colombia.

OBJETIVO ESPECIFICO

- Caracterizar los distintos servicios que presta Servicios Postales Nacionales a la sociedad colombiana como el operador postal oficial.
- Determinar el comportamiento del flujo de correo y cuáles son los países que mayor interacción tienen con el servicio de correos de Colombia.

MARCO REFERENCIAL

MARCO TEÓRICO

La aceleración de la globalización ha puesto en constante movimiento las fuerzas que rigen los mercados financieros, económicos, electrónicos, entre tantos otros, que el intercambio de estos ha causado fenómenos ya sea para el crecimiento y desarrollo o no de una nación. Lo cual ha generado un debate entre los países desarrollados y los países en vías de desarrollo, en la medida en que cada uno de estos aplique políticas comerciales acorde a sus mercados nacionales. Tulchin y Espach (2001, p.p 2) afirman que los países latinoamericanos son cada vez más importantes en términos económicos dentro la hegemonía mundial, incluso si sus gobiernos y el mundo en general aun no lo reconoce.

Cada país tiene sus características propias en cuanto a producción y consumo de bienes y servicios, ya sea por las condiciones geológicas o capacidad productiva de cada uno de ellos, lo cual permite comercializar según las necesidades y preferencias frente a cada bien. Adam Smith plantea La teoría de la ventaja absoluta, la cual propone que un país debe especializarse en la producción de un bien en

el que sea más eficiente, y así aumentar su beneficio por medio del comercio de dicho bien. (De la Hoz, 2013. p.p 25).

David Ricardo con su Teoría de la ventaja Comparativa (1817) afirma que si un país no tiene ventajas absolutas, el comercio sigue siendo una buena solución, ya que esta nación debe enmarcar su producción en el bien que tenga mayor ventajas comparativas (Pérez, 2006, p.p 267-268).

La escuela mercantilista, consideraba que la única manera de generar una ventaja en el país era bajo la promoción de las exportaciones y disminuyendo las importaciones, buscando así mantener una balanza comercial positiva, sin diferencia alguna entre países desarrollados y en vías de desarrollo. De la Hoz (2013) afirma que el mercantilismo tenía una visión estática, los cuales consideraban que para que un país ganara el otro debía perder, debía mantenerse un superávit de la balanza comercial, impulsado por las políticas proteccionistas del Estado (p.p 23)

No obstante, Krugman (2006) establece que en los países en vías de desarrollo se han presentado distintas teorías para el desarrollo e implementación de ciertas políticas comerciales que permiten su industrialización y crecimiento. En efecto, ciertos países se han visto beneficiados con el desarrollo del modelo de sustitución de importaciones, mientras que otros que por el contrario, han invertido recursos y tiempo, simplemente no han logrado aumentar suficientemente sus niveles de productividad. En la mayoría de los casos es la industria manufacturera a la cual le apuestan estas políticas proteccionistas. Krugman (2006) afirma que “al proteger las industrias sustitutivas de importaciones, el país detrae recursos de sectores exportadores, reales o potenciales” (p.p 263), por lo tanto, un país que implemente el modelo de industrialización mediante sustitución de importaciones, está disminuyendo incentivos al crecimiento de las exportaciones.

Es por lo anterior que Krugman reitera que el modelo no es eficiente, ni cumple con los objetivos con los cuales fueron implementados, argumentando que “una cuota de importación permite la

supervivencia a un sector manufacturero ineficiente, pero no hace a dicho sector más eficiente” (p.p. 273).

Del mismo modo, a implementar la liberalización comercial como segunda opción de desarrollo, Krugman (2006) plantea que “todas las historias de éxito en el desarrollo han implicado, una industrialización orientada hacia fuera, basadas en las exportaciones de productos manufacturados” (p.p. 273), generando un aumento en el ámbito comercial y mayor participación de los países en vías de desarrollo en el sistema internacional.

MARCO HISTORICO

El servicio postal a través de la historia ha sido un elemento activo dentro de la vida cotidiana de la sociedad, el cual ha servido de medio de comunicación de fácil acceso, el cual en muchos casos nace de la necesidad de comunicarse entre los individuos. Con los avances de la tecnología ha ido cambiando el objetivo y los elementos de facilitar la comunicación y el comercio nacional e internacional.

Colombia según (Hawkins, 2014) le apunta a firmar Tratados de Libre Comercio y distintos acuerdos comerciales como estrategia para convertirse en un país más competitivo y más integrado al mercado mundial (p.p16).

En 1990 inició la apertura económica en el gobierno de Cesar Gaviria Trujillo, bajo los principios neoliberales de la libre competencia de los mercados. La apertura consiste en la eliminación del proteccionismo del Estado para el desarrollo productivo industrial, dejando este mismo en manos del sector privado. Junto a esto también se generaron reformas en el ámbito cambiario, laboral, tributario y agrícola (Londoño, 1998. p.p. 47).

Es por lo anterior que el remontarse a la historia del sector postal en Colombia, remite al siglo XVII cuando se hace notar la necesidad de comunicar a las personas entre las provincias de la época. Según Santamaría (1987) las cartas se enviaban por medio de los mensajeros incas que llevaban recados, o quienes tiempo después fueron llamados Chasquis, que ocupaban la función de llevar la correspondencia a pie o a caballo.

En 1750, cuando la situación era crítica en temas de comunicaciones, el virrey de la Nueva Granada, José Pizarro, establece líneas de coreos entre Santafé, Cartagena y Quito, las cuales llamo “La carrera de Cartagena”, “La carrera de Popayán - Quito”, “La carrera Santafé-Maracaibo” y “La carrera de Girón”. Estas cuatro líneas funcionaban con horario fijos y sus frecuencias normalmente eran quincenales o mensuales, pero también dependían del volumen de correo que se transportara.

Una vez tras varias disputas por el servicio de correos en la Nueva granada, Santamaría (1987, p.p 51) afirma que en 1770, se fijan las tarifas de los correos según el peso, las distancias y el valor declarado de estos. Uno de los hechos más importantes que se dieron en el marco de este mismo año, fue el manuscrito de Pando, el cual fijaba las tasas, también resaltó la importancia del uso de las marcas postales, lo que se conoce como estampillas o sellos, los cuales determinan el recorrido del correo para proporcionar un costo verídico de dichos elementos. Con la reorganización de los correo en 1770, se dio paso al uso de correo certificado, a los cuales se le aplicaban distinciones en los sellos para que se facilitara su identificación y tratamiento (Santamaría, 1987. p.p 55).

Para 1821, el general Santander asigna a la secretaria de Hacienda el funcionamiento de correos, pero en 1832, con la implementación de la Ley 21 de 1832, se estable la Administración General de Correos, que años más tarde firma acuerdos con distintos países como Venezuela, Ecuador, Francia, Estado unidos y Gran Bretaña (Santamaría, 1987 p.p 57). En 1838, Bolívar (2011) afirma que se consagra el primer Convenio Postal de América, la cual tiempo más tarde se llamaría UPAE (p.p 10).

Tras varios años de cambios en el sector postal en temas de filatelia y administrativos, el 27 de abril de 1859 es aprobada la ley orgánica de Correos Nacionales, y en 1881 Colombia ingresa a la Unión Postal Universal (UPU) (Bolívar, 2011, p.p.10). Según el Ministerio de Tecnologías de la información y las Comunicaciones (2018), fue solo hasta 1909 cuando el Estado retoma la administración de los teléfonos y telégrafos nacionales. Es por esto que se crea la superintendencia de Telégrafos como órgano dependiente del Ministerio de Gobierno.

En 1923, donde se da inicio al Ministerio de Correos y Telégrafos, ya que el país requería de un órgano que vigilara y controlara el servicio. Años más tarde, pasó a llamarse Ministerio de Comunicaciones. A partir de ahí su función empieza a basarse en los departamentos de correos, telecomunicaciones y giros. (MinTic, 2018). En 1963, con la clausura del Banco Postal, se crea por decreto ADPOSTAL, Administración Postal Nacional, quien ejerce en nombre del Estado el monopolio para el trato de la correspondencia nacional (Bolívar, 2011. p.p 13)

En 2006, se crea lo que hoy conocemos como Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MinTic, 2018). Adscrito a él se encuentra la empresa de correos oficiales del estado, que a partir del 2006 empieza a darse a conocer a través de su marca 4-72, creada después de la liquidación de ADPOSTAL.

4-72 es la marca con la cual opera Servicios Postales Nacionales S.A, compañía a la cual se le asigna el servicio postal oficial de Colombia a partir del año 2006, bajo el artículo 4 del decreto 2854 de 2006, Sociedad de Servicios Postales Nacionales S.A, todas las funciones con las que contaba ADPOSTAL por termino de 5 años (Servicios Postales Nacionales, 2011).

El operador postal hace parte activa de la Unión Postal Universal (UPU), organismo designado por las Naciones Unidas para los servicios postales internacionales. Este fue establecido en 1874, del cual

hacen parte 192 países, entre ellos Colombia. Según la UPU, Colombia hace parte de esta organización a partir del 1 de Julio de 1881.

DESCRIPCIÓN DE LA ENTIDAD

Objeto Social

Servicios Postales Nacionales S.A, es una sociedad pública, vinculada al Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, creada bajo la forma de sociedad anónima. Su organización, funcionamiento y en general el régimen jurídico de los actos, contratos, servidores y las relaciones con terceros es el previsto para las Empresas Industriales y Comerciales del Estado conforme a lo establecido en el párrafo 1° del artículo 38 de la Ley 489 de 1998, las cuales de acuerdo con los artículos 85, 86, y 93 de la Ley 489 de 1998, desarrollan sus actividades conforme a las reglas de derecho privado con las excepciones que consagre específicamente la ley. (Servicios Postales Nacionales, 2017).

El objeto social de la sociedad será la prestación, venta o comercialización que comprenden la prestación del servicio de correo nacional e internacional, el servicio de mensajería expresa y los servicios postales de pago. También dentro de su objeto social se encuentra, emitir en nombre de la Nación y en forma privativa las especies postales, custodiarlas, tutelarlas y comercializarlas.

Actuar como corresponsal no bancario y no bursátil, así como prestar todos los servicios postales de pago que en virtud de los Tratados Internacionales le correspondan al Operador Postal Nacional o pueda prestar por su cuenta según la legislación nacional, admitir, cursar y pagar giros nacionales e internacionales (Servicios Postales Nacionales, 2017).

Naturaleza Jurídica

Según el plan estratégico 2019 su misión y visión corresponden a:

Misión: Ofrecer los servicios postales, logísticos y empresariales más confiables y eficientes, de acuerdo con las necesidades de los clientes, generando valor para los accionistas, los empleados y la comunidad, comprometidos con el medio ambiente (Servicios Postales Nacionales, 2019).

Visión: Para el año 2022, ser el proveedor preferido por los colombianos en servicios postales, logísticos, tecnológicos, documentales, financieros y de comercio electrónico, soportados en la transformación digital (Servicios Postales Nacionales, 2019).

OBJETO DE LA PRÁCTICA

Propósito

El objeto de la práctica radica en la inserción dentro del mercado laboral, donde se permita el desarrollo y aplicación de las habilidades y conocimientos adquiridos durante el periodo de formación. Es por lo anterior, que la práctica se desarrolla dentro del área de Cuentas Internacionales de Servicios Postales Nacionales S.A., con el fin de contribuir y generar aportes relacionados al área de estudio en cada una de las funciones que se realizan dentro de la misma.

FUNCIONES DEL CARGO

1. Apoyar la metodología de liquidación y generación de cuentas del servicio EMS (Express Mail Service) con el objetivo de generar mayor rentabilidad hacia la compañía.
2. Analizar los movimientos de Giros Postales Internacionales y Giros MoneyGram, por monto y países remitentes.
3. Revisar y validar cuentas por pagar del servicio EMS con la información proporcionada por el sistema IPS.

4. Consolidar la información del servicio de Casillero Virtual.
5. Realizar informes quincenales y mensuales detallados del ingreso obtenido y de las novedades presentadas durante el mes, en cada servicio a cargo.
6. Colaborar en el desarrollo de proyectos liderados por la Jefatura Nacional de Cuentas Internacionales.
7. Desarrollar y afianzar las habilidades blandas para generar un mejor ambiente laboral.

METODOLOGIA

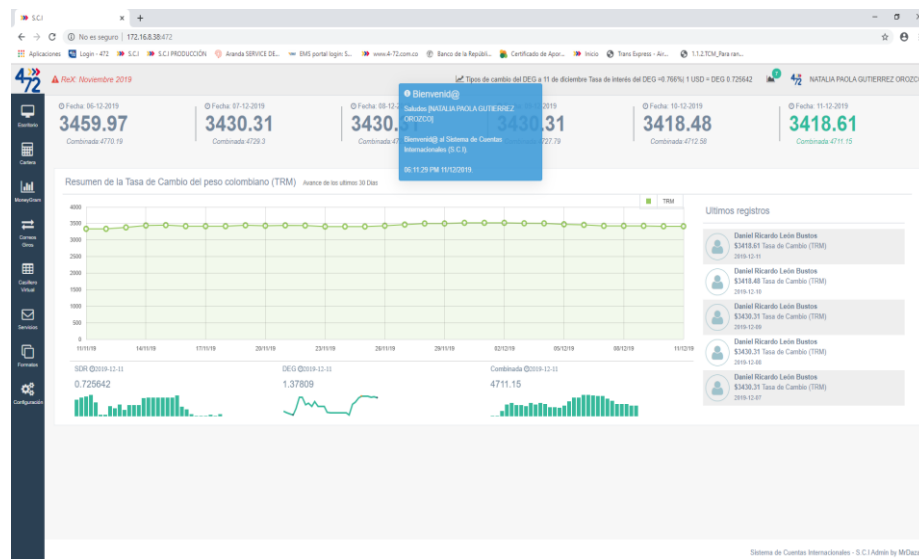
La metodología empleada dentro de las funciones aplicadas a mi rama de estudio, se alineó desde el ámbito internacional y contable que tiene el sistema de correos en Colombia. En los inicios del proceso se enmarco las reglas y funciones que se deben cumplir como colaborador activo de la compañía, en términos legales y también como representación del operador oficial de correos de Colombia en el mercado internacional.

En el ámbito laboral, las pautas a seguir como Jefatura Nacional de Cuentas Internacionales en representación de Colombia, se relacionan a las normas establecidas en los distintos manuales elaborados en los congresos de la Unión Postal Universal (UPU), como órgano regulador del servicio postal a nivel internacional, ya sea en temas relacionados con liquidaciones, tasas, clasificación del servicio y todo lo que compete al sistema operativo de la red postal. En los acuerdos comerciales internacionales de eCommerce, se establece el apoyo por parte de Correos de Colombia frente a cualquier novedad dentro del servicio y la validación de las cuentas generadas por cada operador.

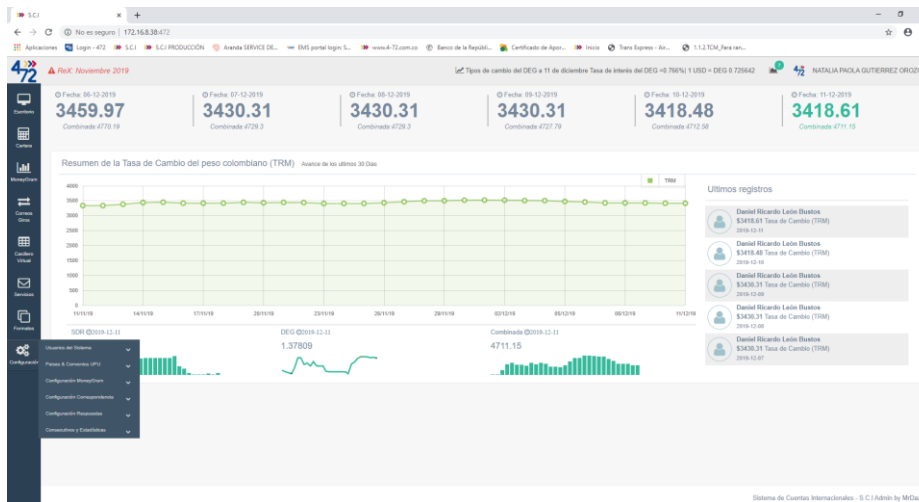
Para desarrollar la investigación se ingresa y se valida la información en el International Postal System (IPS), plataforma en la cual los países pertenecientes a la UPU tiene como opción manejar los movimientos del correo con las distintas oficinas de cambio, rastrear envíos y generar las cuentas por

Una vez esta información generada se encuentra en el SCI, facilita generar los estadísticos por el área de Cuentas Internacionales. Ingresando al S.C.I (Sistema de Cuentas Internacionales), programa por el cual se registran todos los movimientos de los distintos servicios manejados por el área, dentro de los cuales se consolidan los flujos de correo internacional enmarcado en un periodo de tiempo, donde regularmente es un año, para así evidenciar cuales son los países que generan mayor rentabilidad y movimientos operativos que favorecen a Colombia.

Paso 1: Ingresar



Paso 2: Configuración -> Consecutivos y Estadísticas



Se debe parametrizar según los servicios y el año en el cual se requiere generar el estadístico.

Paso 3: Generación de archivo relacionando cada servicio de cada país con el número de envíos.

Inbound receptacles volume

From: 01/01/2018 00:00 To: 31/12/2018 07:59
 Mail Category: S.A.L.
 Mail class: LETTERS (LC/AO)
 Received from country: All
 Arrival office: All

Dispatched from	Letter
Aruba (AW)	3
Belgium (BE)	368
Brazil (BR)	59
Chile (CL)	10
Colombia (CO)	19
Costa Rica (CR)	32
Egypt (EG)	10
El Salvador (SV)	10
France (FR)	84
Germany (DE)	980
Greece (GR)	1
Hong Kong (HK)	1
Hungary (HU)	43
Italy (IT)	469
Jamaica (JM)	29
Japan (JP)	1184
Jersey (JE)	1
Mexico (MX)	3
Netherlands (the) (NL)	442
Paraguay (PY)	2
Poland (PL)	29
Saudi Arabia (SA)	4
Spain (ES)	402
Turkey (TR)	1
United Arab Emirates (the) (AE)	11
United Kingdom of Great Britain and Northern Ireland (GB)	278
United States of America (the) (US)	1201
Report totals	5656

Inbound receptacles volume

From: 01/01/2018 00:00 To: 31/12/2018 07:59
 Mail Category: Air
 Mail class: LETTERS (LC/AO)
 Received from country: All
 Arrival office: All

Dispatched from	Letter
Argentina (AR)	314
Armenia (AM)	1
Aruba (AW)	37
Australia (AU)	243
Austria (AT)	550
Barbados (BB)	2
Belgium (BE)	1755
Bolivia (Plurinational State of) (BO)	24
Brazil (BR)	331
Bulgaria (BG)	80
Canada (CA)	662
Cayman Islands (the) (KY)	2
Chile (CL)	153
China (CN)	21287
Colombia (CO)	23
Congo (the Democratic Republic of the) (CD)	3
Costa Rica (CR)	284
Cuba (CU)	47
Curacao (CW)	76
Czech Republic (the) (CZ)	138
Denmark (DK)	378
Dominican Republic (the) (DO)	115
Ecuador (EC)	197
El Salvador (SV)	146
Finland (FI)	238
France (FR)	1907
Germany (DE)	2969
Greece (GR)	1
Guayana (GY)	16
Holy See (the) (VA)	68
Honduras (HN)	28
Hong Kong (HK)	7628
Hungary (HU)	303
India (IN)	268
Iran (Islamic Republic of) (IR)	1

Inbound receptacles volume

From: 01/01/2018 00:00 To: 31/12/2018 07:59
 Mail Category: Surface
 Mail class: LETTERS (LC/AO)
 Received from country: All
 Arrival office: All

Dispatched from	Letter
Canada (CA)	65
China (CN)	56
Czech Republic (the) (CZ)	14
Germany (DE)	8
Hong Kong (HK)	87
India (IN)	13
Japan (JP)	1
Netherlands (the) (NL)	1
Singapore (SG)	34
United Kingdom of Great Britain and Northern Ireland (GB)	124
Report totals	403

Como segunda herramienta de investigación, se indaga en la Central de Tratamiento Postal, sobre cuáles son los países con mayor movimiento y flujo de correo tanto entrante como saliente, ya que son ellos quienes tienen de primera mano la información, son quienes reciben el correo y dan apertura a cada receptáculo.

CONCLUSIONES

Particularmente Colombia partir de la constitución de 1991 se constituyó como una economía abierta, lo cual ha favorecido el fortalecimiento de los lazos comerciales con distintos países. El objetivo de esta investigación se constituyó bajo la necesidad de evidenciar los servicios de correos y como estos potencializan el desarrollo, la conectividad y la comercialización de los distintos bienes y servicios tanto para el consumo interno como el externo en Colombia.

Por lo anterior, Servicios Postales Nacionales S.A, como operador postal oficial de Colombia, en su mayoría recibe correo entrante, en especial de cuatro países que son, China, Alemania, Hong Kong, Bélgica, Singapur, Japón, Estados Unidos y Gran Bretaña. Por otro lado, los acuerdos comerciales internacionales que implementa la compañía hace varios años atrás, ha impulsado el uso del comercio electrónico, que ha permitido a este operador mantenerse a la vanguardia y generar mayores líneas de ingreso a la compañía, como lo es el servicio de Casillero Virtual, el cual actúa como intermediario de encaminamiento y distribución de las compras realizadas por los usuarios en los mercados fuera de Colombia, que aún no cuentan con envíos directamente al país.

En conclusión, a causa de la globalización y de los tratados de libre comercio entre los distintos países, la logística internacional y el servicio de mensajería y correo ha ido avanzando y aumentando su flujo, con el fin de generar mayores beneficios a la compañía y al usuario. Junto a esto, el operador postal ha venido implementado medidas que han permitido mantener una

comunicación y aceptación más directa con el usuario en cada uno de los servicios, mejorando en temas logísticos y operativos que incentivan a este ser una mejor compañía.

BIBLIOGRAFIA

1. Bolívar, J. (2011). Revista Universidad EAN. Centaurs Mensajeros. Bogotá: Universidad EAN, (2011) – Colección de emprendimiento. Tomado de: https://repository.ean.edu.co/bitstream/handle/10882/2718/caso%20centaurus%20mensajeria_ajustecatalogacion.pdf?sequence=1&isAllowed=y
2. Bonilla, R. (2011). Apertura y reprimarizacion de la economía colombiana, Un paraíso de corto plazo. Revista Nueva Sociedad No° 231, Enero-Febrero 2011. Tomado de: https://nuso.org/media/articles/downloads/3752_1.pdf
3. De la Hoz, A. (2013). Generalidades de Comercio Internacional. ESUMER Institución Educativa. Tomado de: <https://colmayorbolivar.edu.co/files/generalidadesdecomerciointernacional.pdf>.
4. Hawkins, D. y García, N. (2014). La apertura económica y los tratados de libre comercio en Colombia. Escuela Nacional Sindical. Tomado de: http://biblioteca.clacso.edu.ar/Colombia/ens/20150216051823/Documento_N_97_TLC_IED.pdf
5. Londoño, C. (1998). Revista Pensamiento Humanista. La apertura económica en Colombia. Tomado de: <https://revistas.upb.edu.co/index.php/PensamientoHumanista/article/view/336/295>
6. Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (2018). Historia. Tomado de: https://mintic.gov.co/portal/604/w3-propertyvalue-6077.html?_noredirect=1
7. Perez, M. (2006). La presentación de las ventajas comparativas una nota pedagógica. Revista de Economía Institucional, vol. 8, n.º 14, primer semestre/2006. Tomado de: <http://www.scielo.org.co/pdf/rei/v8n14/v8n14a13.pdf>.

8. Santa María, J. (1987). Historia de los correos en Colombia. Prefilatelia. *Boletín Cultural y Bibliográfico*, 24(10), 48-59. Recuperado de https://publicaciones.banrepcultural.org/index.php/boletin_cultural/article/view/3040/3125
9. Servicios Postales Nacionales (2017). Naturaleza jurídica y objeto social. Tomado de: <http://www.4-72.com.co/Naturalezajuridicayobjetosocial>
10. Servicios Postales Nacionales (2019). Plan de acción institucional 2019. Tomado de: <http://www.4-72.com.co/content/plan-de-accion-institucional-2019>
11. Tulchin, J y Espach, R. (2001). , Latin America in the New International System. Lynne Rienner Publishers, Inc. Capitulo No.1, Latin America in the New International System: Acall for Strategic Thinking.
12. Universal Postal Unión (UPU). Tomado de: <http://www.upu.int/en/the-upu/member-countries/americas/colombia.html>. Información recopilada el 11/Noviembre/2019.