



Lo que se vende cuando se vende el correo. Por Álvaro Ramis Olivos

Posted on Julio 31, 2026

Arturo Squella propuso esta semana evaluar la venta de CorreosChile. Lo dijo de pasada, en una entrevista dedicada sobre todo a Codelco y a TVN, con el tono de quien menciona un trámite pendiente: las empresas públicas no estarían funcionando bien y correspondería traspasar al mercado aquellas que en manos del Estado no alcanzan a ser competitivas. El presidente del Partido Republicano no argumentó. Constató. Y me interesa más eso que la propuesta misma, porque ahí opera un mecanismo conocido: una decisión política —qué infraestructuras decide un país conservar bajo control colectivo— se presenta como el desenlace evidente de un diagnóstico técnico, y la discusión queda cerrada antes de abrirse.

Quienes proponen privatizar el correo suelen apoyarse en Europa. La confusión está en el punto de partida. Europa liberalizó el mercado postal —las directivas de 1997, 2002 y 2008 abrieron el sector a la competencia— pero nunca exigió privatizar al operador universal. El Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea es explícito en su artículo 345: la Unión debe permanecer neutral frente al régimen de propiedad que cada Estado miembro elija. El correo quedó clasificado como servicio de interés económico general y cada país resolvió por su cuenta quién lo presta. Alemania y Países Bajos privatizaron; el Reino Unido también, en 2013. Italia colocó acciones en bolsa cuidando que el Tesoro conservara el control. Pero Francia, España, Suiza, Finlandia, Suecia, Dinamarca, Polonia y Bélgica mantuvieron a su operador universal en manos públicas. Correos de España sobrevivió a la ola que se llevó a Iberia, Endesa, Telefónica y Argentaria, y hoy es la mayor empresa pública del país. No fue distracción.

La razón es aburrida y por eso rara vez llega a los titulares. La obligación de servicio universal —entregar en la caleta, en el valle cordillerano, en la localidad de doscientos habitantes, al mismo precio que en Las Condes— no tiene retorno privado, nunca lo tuvo y no hay tecnología que se lo invente. Ese tramo de la operación pierde plata por diseño, y es ese tramo, precisamente, el que distingue un servicio público de un negocio de encomiendas. De ahí se sigue algo que el diagnóstico técnico omite: el Estado que privatiza no se libera del costo, lo desplaza. Después tiene que montar un fondo de compensación, un regulador con dientes y un aparato de fiscalización permanente para obligar al privado a hacer aquello que no le conviene hacer. Esa arquitectura suele terminar más cara que la propiedad directa, y funcionando peor.

El Reino Unido lo está aprendiendo caro. Trece años después de la privatización de Royal Mail, y tras su compra por el grupo del multimillonario Daniel Křetínský, el regulador Ofcom la ha multado tres años consecutivos por incumplimiento. Entre abril de 2025 y enero de 2026 solo el 74,9% de la correspondencia de primera clase llegó al día siguiente: dieciocho puntos bajo la meta comprometida. La discusión británica de hoy ya no es cómo cumplir el estándar, sino cómo rebajarlo hasta que el dueño pueda cumplirlo.

Más cerca, el espejo es más nítido. El Correo Argentino cerró trescientas sucursales camino a su venta. Las provincias más golpeadas fueron las del interior —San Luis, Catamarca, Santiago del Estero—, donde el correo era uno de los pocos servicios estatales con presencia permanente y ahora hay que recorrer decenas de kilómetros para retirar una notificación o recibir un paquete. Los gremios lo llaman vaciamiento, y el orden de los factores importa: primero se achica la empresa, después se la vende barata.

Esa secuencia en Chile ya empezó. CorreosChile despidió en octubre pasado a más de seiscientos trabajadores, alrededor del 10% de su dotación, tras un semestre en que las pérdidas se triplicaron respecto del año anterior. Ha cerrado o externalizado oficinas —Purranque fue el caso que alcanzó a llegar a la prensa, con vecinos viajando a Osorno para despachar una carta certificada—, entregó en comodato los pisos superiores de su edificio histórico de la Plaza de Armas y eliminó cerca de un cuarto de sus gerencias. Todo eso mientras se autofinancia, sin subsidio estatal, como recordó con cierto orgullo el propio presidente de su directorio.

Ahí está el truco. Se le exige a CorreosChile una obligación de servicio universal que ningún privado asumiría, se le niega el financiamiento que esa obligación supone, se le pide competir en paquetería contra operadores que eligen solamente las rutas rentables, y cuando el resultado es exactamente el que cabía esperar se concluye que el Estado administra mal. El fracaso venía incluido en el diseño.

Y lo que se pone en venta no es una empresa de sobres. Es la única red logística con presencia declarada en todo el territorio nacional, incluidas las comunas que a ningún operador privado le interesan, y sobre esa red descansan las notificaciones judiciales, los avisos previsionales y sanitarios, buena parte del material electoral y el secreto postal, que en manos públicas es una garantía jurídica y en manos privadas

una cláusula de contrato revisable. Francia e Italia entendieron hace décadas que esa capilaridad valía más que el negocio de las cartas, y la convirtieron en banca postal y en plataforma de pagos al Estado. Nosotros estamos discutiendo a cuánto la rematamos.

Chile no necesita vender su correo. Necesita definir por ley qué es exactamente la obligación de servicio universal que le exige, pagarla en el presupuesto en lugar de fingir que se financia sola, y usar la red para algo más que repartir encomiendas. Eso toma tiempo, plata y voluntad política. Venderlo toma una firma. La tentación de la firma no es un argumento técnico, aunque se presente vestida de tal, y valdría la pena discutirla por lo que realmente es: una decisión sobre qué le debemos a las comunas donde no hay negocio.

Para El Maipo Álvaro Ramis Olivo, colaborador de El Maipo. Presidente del Centro de Estudios Territorio y Comunidad.

Nota: El contenido vertido en esta columna de opinión es de exclusiva responsabilidad de sus autores, y no refleja necesariamente la línea editorial El Maipo.