



## **INFORME ANUAL DEL SECTOR POSTAL (2018)**

**21 de noviembre de 2019**

**INF/DTSP/029/19**

[www.cnmc.es](http://www.cnmc.es)

## ÍNDICE

INTRODUCCIÓN .....	4
I. SERVICIOS POSTALES.....	6
II. OPERADORES POSTALES.....	8
II.1. Indicadores del Registro postal.....	9
II.1.1. Número de operadores postales .....	9
II.1.2. Distribución geográfica de los operadores postales .....	10
II.1.3. Distribución de los operadores postales por red.....	11
II.1.4. Forma jurídica de los operadores postales.....	12
III. EL MERCADO POSTAL EN EUROPA .....	14
III.1. Indicadores del mercado postal.....	14
III.1.1. Oficinas postales. ....	14
III.1.2. Buzones.....	16
III.1.3. Empleo .....	17
III.1.4. Precio de las cartas .....	18
III.1.5. Envíos de correspondencia .....	20
IV. EL MERCADO POSTAL EN LA ACTIVIDAD ECONÓMICA NACIONAL.....	23
IV.1 Indicadores del mercado postal en la actividad económica nacional .....	23
IV.1.1. Cifra de negocios y ocupación .....	23
IV.1.2. Precios al consumo.....	25
V. EL MERCADO POSTAL EN ESPAÑA .....	26
V.1. Mercado postal.....	27
V.1.1. Indicadores del mercado postal .....	27
V.1.1.1. Ingresos y envíos del mercado postal.....	27
V.2. Segmento SPT .....	29
V.2.1 Descripción de la oferta del segmento SPT .....	29
V.2.2 Principales operadores del segmento SPT .....	30
V.2.3. Indicadores del segmento SPT .....	31
V.2.3.1. Cifra de negocios del segmento SPT.....	31
V.2.3.2. Ingresos y envíos del segmento SPT.....	33
V.2.3.3. Distribución de ingresos y envíos del segmento SPT por productos y por flujo. ....	36
V.2.3.4. Cuotas de mercado del segmento SPT .....	37
V.2.3.5. Recursos del segmento SPT .....	40
V.3. Segmento CEP.....	42
V.3.1 Descripción de la oferta del segmento CEP .....	42
V.3.2 Principales operadores del segmento CEP .....	43
V.3.3. Indicadores del segmento CEP .....	44
V.3.3.1. Cifra de negocios del segmento CEP .....	44
V.3.3.2. Ingresos y envíos del segmento CEP .....	47
V.3.3.3. Distribución de ingresos y envíos del segmento CEP por productos y por flujo .....	51
V.3.3.4. Cuotas de mercado del segmento CEP .....	52

V.3.3.5. Recursos del segmento CEP .....	55
<b>VI. USO DE LOS SERVICIOS POSTALES Y COMERCIO ELECTRÓNICO .....</b>	<b>57</b>
VI.1. Indicadores del uso de los servicios postales y comercio electrónico .....	57
VI.1.1. Servicios postales .....	57
VI.1.2. Comercio electrónico.....	63
<b>VII. CONCLUSIONES .....</b>	<b>68</b>
<b>ANEXO I. FUENTES DE INFORMACIÓN .....</b>	<b>71</b>
<b>ANEXO II. LISTADO DE LOS PRINCIPALES OPERADORES DEL MERCADO POSTAL.....</b>	<b>72</b>
<b>ÍNDICE DE GRÁFICOS .....</b>	<b>73</b>
<b>INDICE DE TABLAS .....</b>	<b>76</b>

## INTRODUCCIÓN

El artículo 8 de la Ley 3/2013, de 4 de junio, de creación de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia<sup>1</sup> (en adelante, CNMC) establece que dentro de sus competencias se encuentra la supervisión y control del mercado postal. En ese marco, la CNMC viene elaborando anualmente este informe donde se presentan las principales magnitudes del mercado postal desde varios puntos de vista: ámbito objetivo, ámbito subjetivo, comparativa europea, comparativa con economía nacional, mercado postal español y utilización de los servicios postales por parte de los usuarios.

La información que contiene este informe se refiere al año 2018, último del que se dispone de datos<sup>2</sup>.

El informe se estructura en siete apartados:

El primer apartado delimita los servicios postales a los que se refiere el informe. Como no podía ser de otra forma, la delimitación se hace desde el punto de vista legal.

En el segundo apartado se facilitan datos sobre los operadores postales que prestan servicios en el mercado postal español. Los datos utilizados provienen del Registro General de Empresas Prestadoras de Servicios Postales (en adelante, Registro postal).

En el tercer apartado se hace una panorámica del mercado postal europeo utilizando la información que publica en su página web la Comisión Europea.

El cuarto apartado está dedicado a comparar la actividad económica nacional con las actividades postales y de correos en base a la información publicada en su página web por el Instituto Nacional de Estadística (en adelante, INE).

El quinto apartado examina el mercado postal español en su conjunto y los dos segmentos que lo componen: el sector postal tradicional (en adelante, segmento SPT) y el sector de la mensajería y la paquetería (en adelante, segmento CEP). Para ello se utiliza la información facilitada por los operadores postales con mayor cifra de negocios en el ámbito postal.

En el sexto apartado se pueden encontrar los principales indicadores sobre el uso de los servicios postales por parte de los consumidores y el impacto

---

<sup>1</sup> <https://www.boe.es/eli/es/l/2013/06/04/3/con>.

<sup>2</sup> Como excepción, el apartado dedicado al mercado postal europeo sólo llega hasta 2017 por ser la última información publicada por la Comisión Europea en el momento de elaboración de este informe.

que tiene el comercio electrónico en el mercado postal. La información utilizada en este apartado es la que publica la CNMC en su página web dedicada a información estadística: CNMC data.

El séptimo y último apartado presenta las principales conclusiones que se pueden extraer de los datos e información presentados.

Debe reseñarse lo dispuesto en el artículo 37.e) de la Ley 3/2013, de 4 de junio, que establece la publicidad a dar a este informe previendo específicamente su remisión a la Comisión correspondiente del Congreso de los Diputados y a los titulares del Ministerio de Fomento y del Ministerio de Economía y Empresa.

## **I. SERVICIOS POSTALES**

El ámbito objetivo del presente informe son los servicios postales tal y como se definen en la Ley 43/2010, de 30 de diciembre, del servicio postal universal, de los derechos de los usuarios y del mercado postal (en adelante, Ley Postal). Esta ley sustituyó a la Ley 24/1998, de 13 de julio, del servicio postal universal y de liberalización de los servicios postales.

Tanto la ley actual como su antecesora son los instrumentos normativos con los que España transpuso la Directiva 2008/6/CE, de 20 de febrero de 2008, por la que se modificaba la Directiva 97/67/CE, de 15 de diciembre, relativa a las normas comunes para el desarrollo del mercado interior de los servicios postales de la Comunidad y la mejora del servicio. Anteriormente, la Directiva 97/67/CE también se había modificado mediante la Directiva 2002/39/CE, de 10 de junio.

Según el artículo 3 de la Ley Postal la delimitación de los servicios postales es la siguiente:

*“1. Servicios postales: cualesquiera servicios consistentes en la recogida, la admisión, la clasificación, el transporte, la distribución y la entrega de envíos postales”.*

En su apartado 2, el artículo 3 de la Ley Postal define los envíos postales:

*“2. Envío postal: todo objeto destinado a ser expedido a la dirección indicada por el remitente sobre el objeto mismo o sobre su envoltorio, una vez presentado en la forma definitiva en la cual debe ser recogido, transportado y entregado.*

*Además de los envíos de correspondencia incluirá la publicidad directa, los libros, catálogos, diarios, publicaciones periódicas y los paquetes postales que contengan mercancías con o sin valor comercial, cualquiera que sea su peso.*

*No se considerarán envío postal ni se podrán admitir como tales los envíos que contengan objetos cuyo tráfico o circulación esté prohibido o sea delito, de acuerdo con las Leyes y convenios internacionales en vigor en España. Reglamentariamente se determinarán los supuestos constitutivos de envíos prohibidos.*

*Las dimensiones mínimas y máximas de los envíos postales considerados serán las establecidas en las disposiciones pertinentes adoptadas por la Unión Postal Universal”.*

Dentro de los servicios postales, la Ley Postal garantiza a todos los usuarios el servicio postal universal (en adelante, SPU). En ese sentido, el artículo 8 de la Ley Postal establece:

*“Los usuarios tendrán derecho a un servicio postal universal de calidad prestado de forma permanente, en todo el territorio nacional y a precios asequibles.”*

El ámbito del servicio postal universal queda establecido en el artículo 21:

*“1. Se incluyen en el ámbito del servicio postal universal las actividades de recogida, admisión, clasificación, transporte, distribución y entrega de envíos postales nacionales y transfronterizos en régimen ordinario de:*

- a) Cartas y tarjetas postales que contengan comunicaciones escritas en cualquier tipo de soporte de hasta dos kilogramos de peso.*
- b) Paquetes postales, con o sin valor comercial, de hasta veinte kilogramos de peso.*

*El servicio postal universal incluirá, igualmente, la prestación de los servicios de certificado y valor declarado, accesorios de los envíos contemplados en este apartado.”*

La disposición adicional primera de la Ley Postal determina que el operador designado para la prestación de ese SPU es la Sociedad Estatal Correos y Telégrafos, Sociedad Anónima (en adelante, Correos).

## II. OPERADORES POSTALES

Establecido el ámbito objetivo del informe en el anterior apartado, es el momento de fijar el ámbito subjetivo. Para ello hay que acudir de nuevo a la Ley Postal donde en su artículo 3 se define un operador postal como:

*“Operador postal: la persona natural o jurídica que, con arreglo a esta ley, presta uno o varios servicios postales. El tercero que preste servicios postales en exclusiva para un único remitente que actúe en régimen de autoprestación queda excluido de esta definición.”*

Esos operadores postales tienen la obligación de inscribirse en el Registro postal según determina el artículo 39 de la Ley Postal<sup>3</sup>. Por lo tanto, hay que recurrir al citado registro para conocer las empresas habilitadas para prestar servicios postales en España<sup>4</sup>.

El Registro postal depende de la Subdirección General de Régimen Postal que, a su vez, depende de la Secretaría Técnica del Ministerio de Fomento y se estructura en dos secciones<sup>5</sup>:

- Sección A: donde están inscritos los operadores que prestan servicios postales no incluidos en el ámbito del SPU, habilitados mediante la presentación de la declaración responsable.
- Sección B: donde están inscritos los operadores que prestan servicios postales incluidos en el ámbito del SPU, habilitados mediante una autorización administrativa singular.

Los operadores habilitados para prestar todos los servicios postales se inscriben simultáneamente en las dos secciones.

---

<sup>3</sup> El citado artículo indica: “Todas las situaciones administrativas, así como los datos relativos a los prestadores de servicios postales habrán de inscribirse en el Registro General de Empresas Prestadoras de Servicios Postales.”

<sup>4</sup> Antes de analizar la información contenida en el Registro postal conviene tener en cuenta que existe otro registro oficial cuya inscripción habilita para la prestación de los servicios postales: el Registro de Empresas y Actividades de Transporte. La inscripción en este último registro, según el artículo 41 de la Ley Postal, habilita para la prestación de los servicios postales no incluidos en el ámbito del SPU sin perjuicio de la presentación de la correspondiente declaración responsable. El Registro de Empresas y Actividades de Transporte depende del Ministerio de Fomento y se encuentra regulado por la Ley 16/87 de 30 de julio, de Ordenación de los Transportes Terrestres y el Real Decreto 1211/90, de 28 de septiembre, por el que se aprueba el Reglamento de la Ley de Ordenación de los Transportes Terrestres.

<sup>5</sup> En España no existe una correlación entre las secciones del Registro postal y los segmentos SPT y CEP analizados en este informe. Sin embargo, teniendo en cuenta los servicios para los que habilita la inscripción en cada una de las secciones, se puede equiparar la sección A con el segmento CEP y la sección B con el segmento SPT.



En los siguientes apartados se encuentran los indicadores relativos a las inscripciones en el Registro postal. La fuente de información para esos gráficos ha sido la memoria anual que publica dicho registro<sup>6</sup>.

## **II.1. Indicadores del Registro postal<sup>7</sup>**

### **II.1.1. Número de operadores postales**

El número total de operadores inscritos en el Registro postal a 31 de diciembre de 2018 fue de 1.791 (un aumento del 0,3% respecto a 2017).

Durante los dos últimos años el número total de operadores postales se ha mantenido estable. Sin embargo, desglosando los datos por secciones, se puede ver que el número ha variado ostensiblemente según de qué sección se trate. En concreto son las inscripciones en la sección B y las inscripciones en ambas secciones las que han bajado, un descenso del 2,4% en el primer caso y un descenso de un 18,9 % en el segundo. En cambio, las inscripciones en la sección A aumentaron un 4,5%. Estas cifras presentan un mercado postal cada vez más volcado en los servicios no SPU para los que habilita la inscripción en el segmento A.

La preponderancia del segmento A se confirma al analizar el porcentaje que supone cada sección respecto del total. En el año 2018 las inscripciones en la sección A representaban el 80,2% del total, mientras que las inscripciones de la sección B fueron el 6,9% y las inscripciones en ambas secciones un 12,9%.

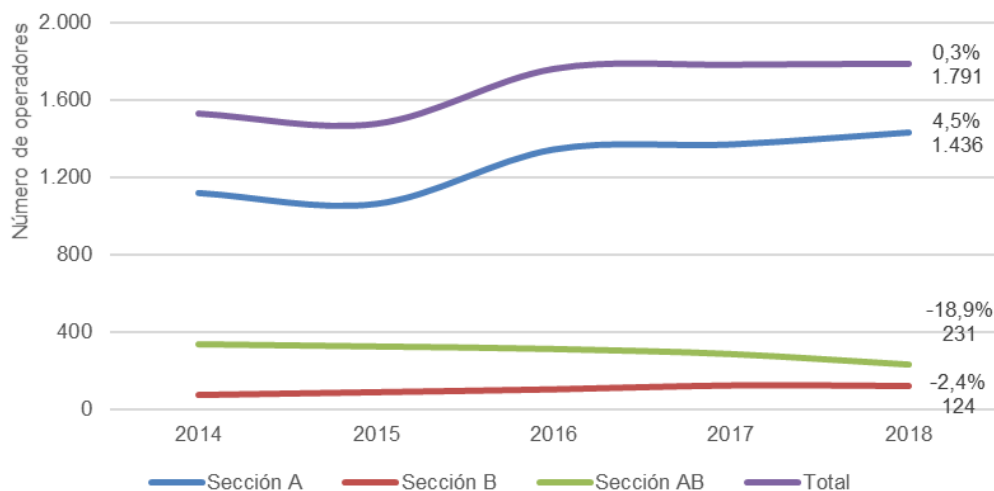
---

<sup>6</sup> [https://www.fomento.gob.es/recursos\\_mfom/comodin/recursos/memoria\\_rgepsp\\_2018.pdf](https://www.fomento.gob.es/recursos_mfom/comodin/recursos/memoria_rgepsp_2018.pdf).

<sup>7</sup> Los datos están actualizados a 31 de diciembre de 2018.

A la hora de establecer los operadores postales de un año concreto se puede optar por contemplar todos aquellos que han prestado servicios durante ese año (sigan haciéndolo o no al final del año), una media de todo el año o la lista de operadores postales a una fecha determinada. En este informe se opta por la última de estas opciones escogiendo la fecha del 31 de diciembre del año al que se refiere el informe. Se hace así en consonancia con los datos que publica el Ministerio de Fomento en su memoria anual.

Gráfico 1. Evolución del número de operadores postales (2014-2018).



Fuente: Informe anual del Registro General de Empresas Prestadoras de Servicios Postales.

## II.1.2. Distribución geográfica de los operadores postales

La distribución geográfica de los operadores postales inscritos en el Registro postal está muy concentrada en las comunidades autónomas de Madrid y Cataluña. Entre las dos comunidades representaron el 39,1% de las inscripciones. Esa situación se ha mantenido en los últimos años sin apenas modificaciones.

En cuanto a la variación interanual, destaca la disminución en el año 2018 del 66,7% de inscripciones en Melilla<sup>8</sup> y los aumentos del 15,4% en La Rioja y del 14,3% en Aragón.

<sup>8</sup> Hay que hacer notar que ese 66,7% de disminución se produce por el bajo número de inscripciones que pasaron de 3 inscripciones en 2017 a 1 en 2018.

Gráfico 2. Distribución geográfica de los operadores postales (2018).



Fuente: Informe anual del Registro General de Empresas Prestadoras de Servicios Postales.

### II.1.3. Distribución de los operadores postales por red

Del total de 1.791 operadores postales inscritos en 2018, el 65,7% (1.177) declararon realizar su actividad bajo el régimen de franquicia, colaboración, asociación, corresponsalía, cooperativa, agencia o vinculaciones jurídicas análogas<sup>9</sup>.

Destaca especialmente el caso de MRW con 355 inscripciones, lo que representó en 2018 un 30,2% del total de empresas que operan bajo este tipo de redes.

Los siguientes en porcentaje son Nacex con 198, con el 16,8%, y Mail Boxes Etc con 191, con el 16,2%.

<sup>9</sup> La denominación depende del tipo de vinculación legal que una a las empresas. En cualquier caso, la finalidad es la misma: disponer de una amplia red geográfica que presta servicios bajo la misma marca.

Tabla 1. Distribución de las empresas inscritas por red a la que pertenecen (2018).

Empresa	Num. Operadores	% sobre el total
MRW	355	30,2%
NACEX	198	16,8%
MAIL BOXES ETC	191	16,2%
ASM	100	8,5%
UNIPOST	36	3,1%
TIPSA	73	6,2%
DHL	45	3,8%
HALCOURIER	26	2,2%
ENVIALIA	40	3,4%
TOURLINE	33	2,8%
SEUR	31	2,6%
GLS	21	1,8%
TDN	11	0,9%
Otras franquicias	17	1,4%
<b>TOTAL</b>	<b>1.177</b>	<b>65,7%</b>

Fuente: Informe anual del Registro General de Empresas Prestadoras de Servicios Postales.

#### II.1.4. Forma jurídica de los operadores postales

Una vez que se ha presentado el total de operadores, su distribución geográfica y la marca bajo la que operan, en este apartado se va a analizar la tipología de empresa con la que intervienen en el mercado los operadores postales. Predomina la forma jurídica de la sociedad limitada con 1.186 inscripciones que representaron el 66,2% del total. En los últimos años esta forma jurídica siempre ha supuesto más del 60%.

La siguiente tipología destacada es la de los autónomos que con 274 inscripciones supusieron el 15,3% del total en el año 2018.

En definitiva, los datos presentados anteriormente permiten caracterizar al operador postal tipo en España como inscrito en la sección A, y por tanto habilitado para la prestación de servicios no SPU. Mayoritariamente ubicado en Cataluña o Madrid, pertenece a una red de franquicias y tiene forma de sociedad limitada.

Tabla 2. Principales indicadores del Registro postal (2018).

Indicador		2018	△ 2017/2018
<b>Número operadores</b>	Sección A	1.436	+4,5 %
	Sección B	124	-2,4 %
	Sección A y B	231	-18,9 %
	Total	1.791	+0,3 %
<b>Distribución geográfica</b>	Cataluña	21,4%	-0,5 p.p.
	Madrid	17,8%	+0,0 p.p.
	Resto de comunidades	60,9%	+0,5 p.p.
<b>Red sección A (Franquicias)</b>	MRW	30,2%	+1,3 p.p.
	Nacex	16,8%	+0,9 p.p.
	Resto franquicias	53,0%	-2,3 p.p.
<b>Forma jurídica</b>	S.L.	66,2%	+1,0 p.p.
	Autónomos	15,3%	-0,4 p.p.
	Resto formas	18,5%	-0,6 p.p.

\*p.p.: Puntos porcentuales

Fuente: Informe anual del Registro General de Empresas Prestadoras de Servicios Postales.

### **III. EL MERCADO POSTAL EN EUROPA**

El análisis del mercado postal europeo se elabora a partir de los datos publicados por la Comisión Europea en su página web dedicada a los “Postal services”<sup>10</sup>. La información más reciente es la de 2017.

Hay que destacar que algunos países declaran a la Comisión Europea como confidencial todo o parte de la información sobre su mercado postal. Esto hace que en algunos indicadores la información sólo abarque una parte del mercado. Los efectos que tienen los cambios de política de confidencialidad de un año a otro afectan sobre todo en el cálculo de medias y totales de la UE-28 que varían según se incluyan unos países u otros<sup>11</sup>.

#### **III.1. Indicadores del mercado postal en Europa**

Una primera aproximación al mercado postal en Europa es la red de puntos de atención<sup>12</sup> a disposición de los usuarios europeos para acceder a los servicios postales ofrecidos por el operador designado para la prestación del SPU.

##### **III.1.1. Oficinas postales.**

En cuanto al total de oficinas postales de los operadores designados para la prestación del SPU dentro de la UE-28 en 2017 fue de 135.377 (un 1,8% menos que el año anterior). Dentro de ese total 14.521 corresponden a España (un 0,8% menos que en 2016).

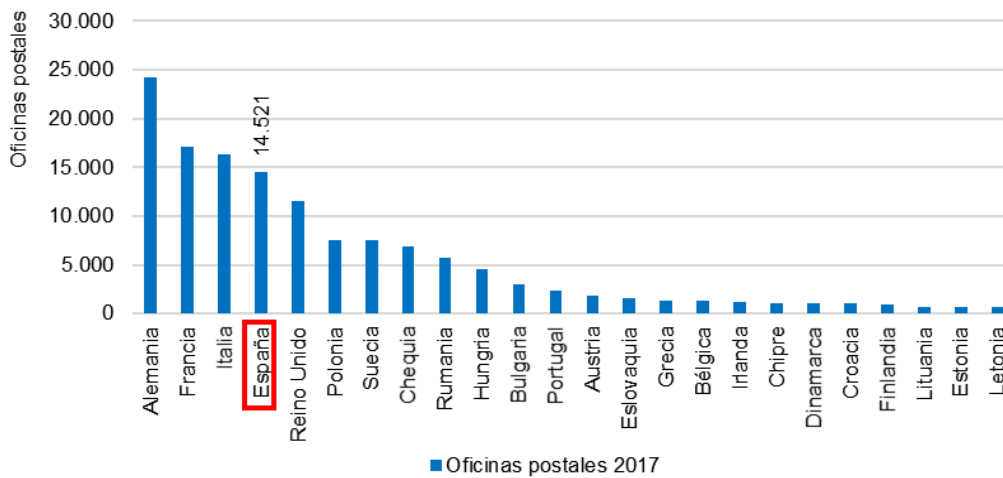
---

<sup>10</sup> <http://ec.europa.eu/growth/sectors/postal-services/statistics/>. Datos a 26 de septiembre de 2019.

<sup>11</sup> Por ese motivo los datos totales y medias del año 2016 que se utilizan en las comparativas interanuales no se han tomado del informe anterior, sino que se han vuelto a calcular. Es por ello que pueden diferir respecto a este mismo informe publicado el año pasado. Esto también ocurre en los casos en los que un país facilitó un dato el año pasado para 2016 y este año actualiza ese dato de 2016 con un valor diferente.

<sup>12</sup> Según el glosario de estadísticas postales de la Comisión Europea, se entiende por puntos de atención las instalaciones físicas, incluidos los buzones a disposición del público tanto en la vía pública como en los locales de los proveedores de servicios postales, donde los clientes pueden depositar los envíos para su procesamiento por parte de los operadores postales.

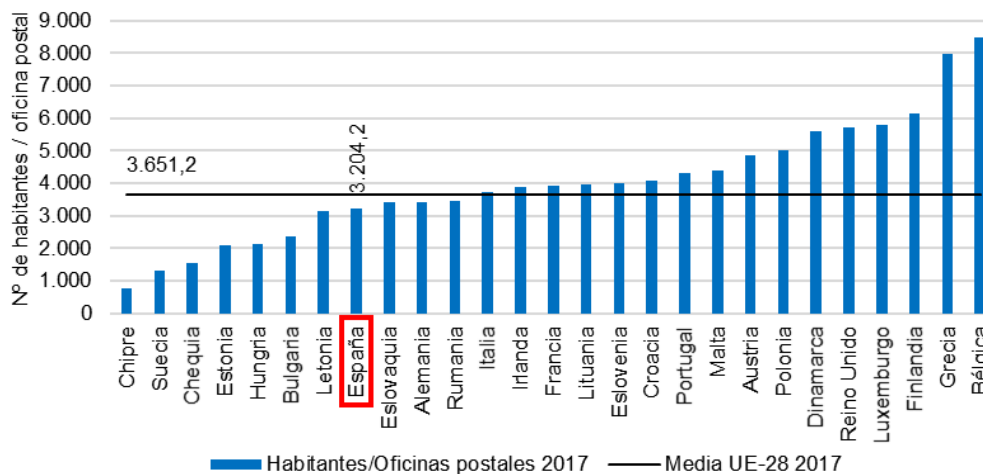
Gráfico 3. Número de oficinas postales de los operadores designados para la prestación del SPU en la UE-28 (2017)<sup>13</sup>.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos estadísticos postales de la Comisión Europea.

La media de la UE-28 en el año 2017 fue de 3.651,2 habitantes por oficina postal (un 2,0% más que el año anterior). En España el dato fue de 3.204,2 (un 1,0% más que el año anterior).

Gráfico 4. Número de habitantes por oficina postal de los operadores designados para la prestación del SPU en la UE-28 (2017)<sup>14</sup>.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos estadísticos postales de la Comisión Europea.

<sup>13</sup> Para el cálculo de este indicador no se han incluido datos de Países Bajos por considerarse confidenciales.

<sup>14</sup> También en este caso, para el cálculo de este indicador no se han incluido los datos de Países Bajos por considerarse confidenciales.

Los países que más disminuyeron en 2017 la proporción de habitantes por oficina postal fueron Estonia (un 13,7 % menos) e Italia (un 3,6% menos). En el lado contrario los que más aumentaron esa proporción fueron Alemania (un 12,7% más) y Lituania (un 6,3% más).

### III.1.2. Buzones

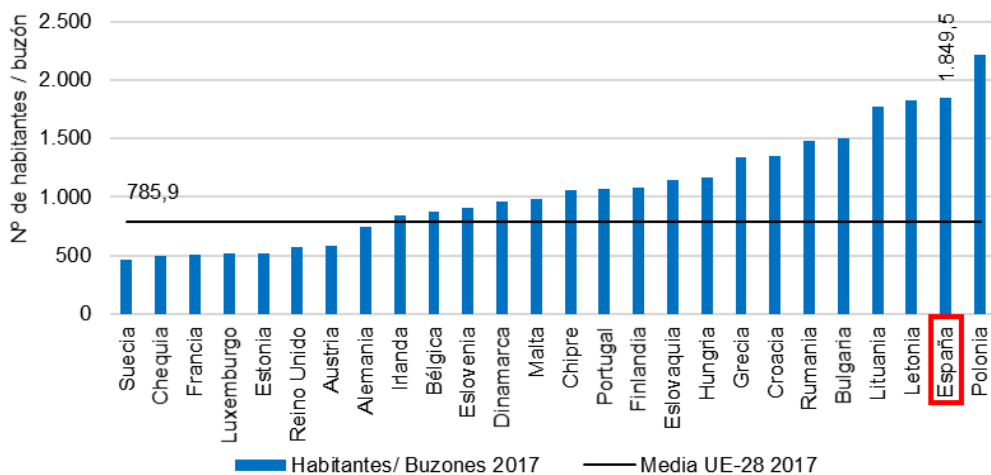
Dentro de los puntos de atención tienen especial relevancia los buzones por ser los puntos de atención más numerosos a disposición de los ciudadanos europeos.

En el año 2017 el número de buzones de los operadores designados para la prestación del SPU dentro de la UE-28 alcanzó los 551.868 mientras que en España fueron 25.157 (un 0,02% menos que el año anterior). La tendencia de los últimos años es de una paulatina disminución en el número de buzones a nivel europeo.

Los países donde más disminuyó el número de buzones fueron Dinamarca (con una disminución del 22,1%) y Finlandia (con una disminución del 16,2%). No cabe destacar ningún país por sus aumentos dado que, el que más lo hizo, fue Alemania con un 0,4%.

La media de habitantes por buzón en la UE-28 durante 2017 fue de 785,9 (1,6% más que en 2016). En España la media fue de 1.849,5 (un 0,2% más que en 2016).

Gráfico 5. Número de habitantes por buzón de los operadores designados para la prestación del SPU en la UE-28 (2017)<sup>15</sup>.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos estadísticos postales de la Comisión Europea.

<sup>15</sup> En este gráfico no se incluye información de Italia y Países Bajos por considerarse confidenciales.

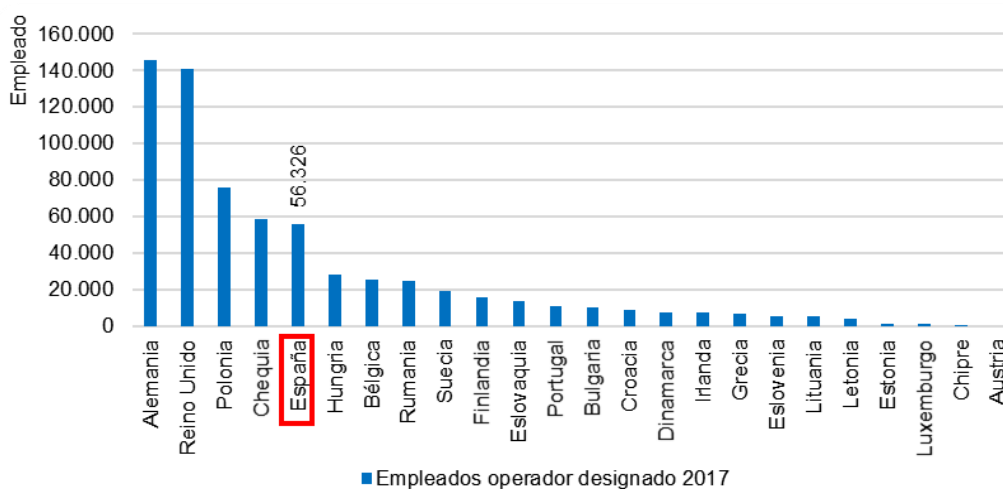


### III.1.3. Empleo

Los operadores designados para la prestación del SPU dentro de la UE-28 contaron con 679.324 empleados en el año 2017. España se quedó en los 56.326 empleados<sup>16</sup> (un 2,9% más que en 2016)<sup>17</sup>.

Los países que más aumentaron el empleo respecto al año anterior fueron Croacia (un 14,3% más que en 2016) y Eslovenia (un 3,2% más que en 2016). Los países que más redujeron el empleo fueron Dinamarca (un 14,1%) y Grecia (un 10,0%).

Gráfico 6. Número de empleados de los operadores designados para la prestación del SPU en la UE-28 (2017)<sup>18</sup>.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos estadísticos postales de la Comisión Europea.

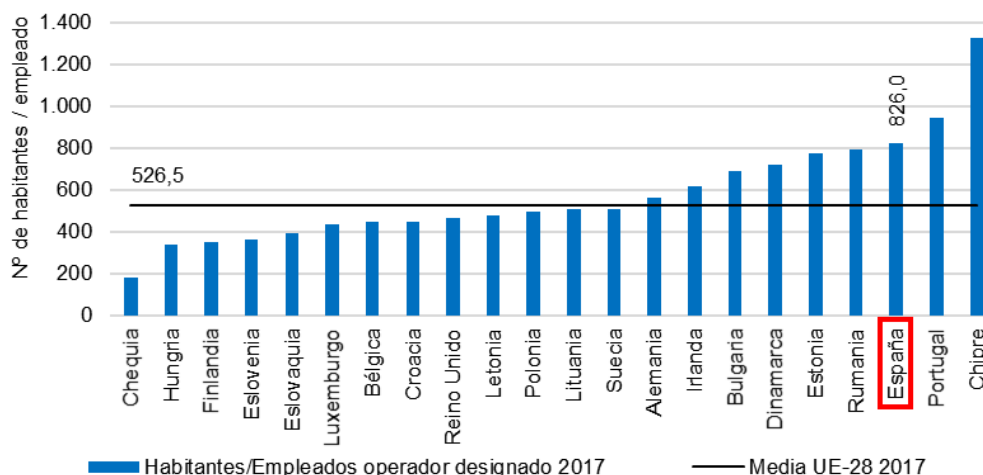
En el siguiente gráfico se pone en relación el número de empleados con los habitantes de cada país. Así la media de la UE-28 fue de 526,5 habitantes por empleado en 2017 (un 0,4% más que en 2016) frente a 826,0 en España (el dato supone una bajada de 2,7% respecto al año 2016).

<sup>16</sup> Dato estimado por la CNMC. Metodología: Head Count.

<sup>17</sup> Nuevamente hay que tener en cuenta que la declaración de confidencialidad de los datos de algunos países ha restado un número importante de empleados a la suma total de la UE-28.

<sup>18</sup> Están excluidos de estos cálculos Francia, Malta y Países bajos por considerar sus datos confidenciales y Austria e Italia por no tener información disponible.

Gráfico 7. Número de habitantes por empleado de los operadores designados para la prestación del SPU en la UE-28 (2017)<sup>19</sup>.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos estadísticos postales de la Comisión Europea.

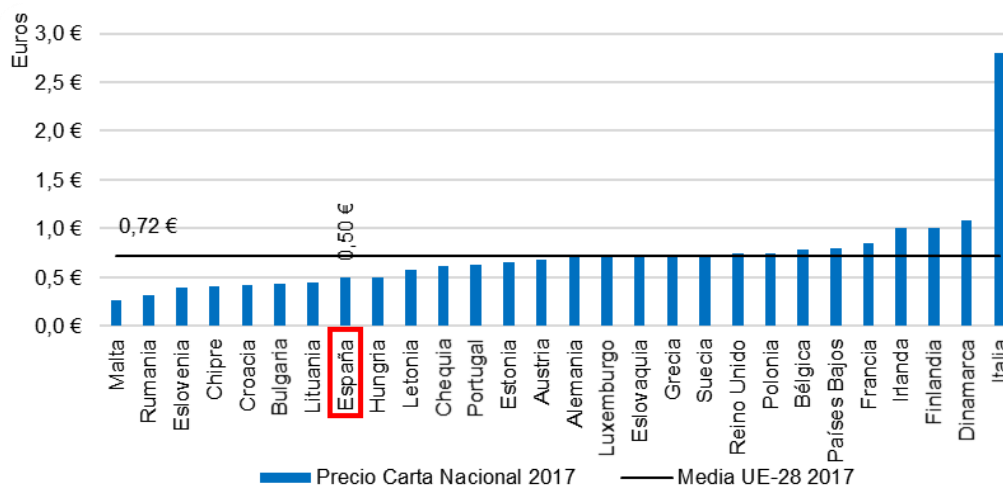
### III.1.4. Precio de las cartas

El precio del envío de una carta ordinaria nacional de menos de 20 gramos prestado por los operadores designados para la prestación del SPU fue de 0,72€ en 2017 (un 2,9% más que el año anterior). En España el precio fue inferior al alcanzar los 0,50€ (un 11,1% más que en 2016). Los países donde más se incrementó este precio fueron Polonia (un 31,6%) e Irlanda (un 42,9%). Los países donde más se redujo el precio<sup>20</sup> fueron Reino Unido (un 5,1% menos) y Finlandia (un 16,7% menos).

<sup>19</sup> Están excluidos de estos cálculos Francia, Malta y Países bajos por considerar sus datos confidenciales y Austria e Italia por no tener información disponible.

<sup>20</sup> De hecho, estos dos países son los únicos donde el precio disminuyó.

Gráfico 8. Precio de la carta ordinaria nacional de menos de 20 gramos de los operadores designados para la prestación del SPU en la UE-28 (2017)<sup>21</sup>.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos estadísticos postales de la Comisión Europea

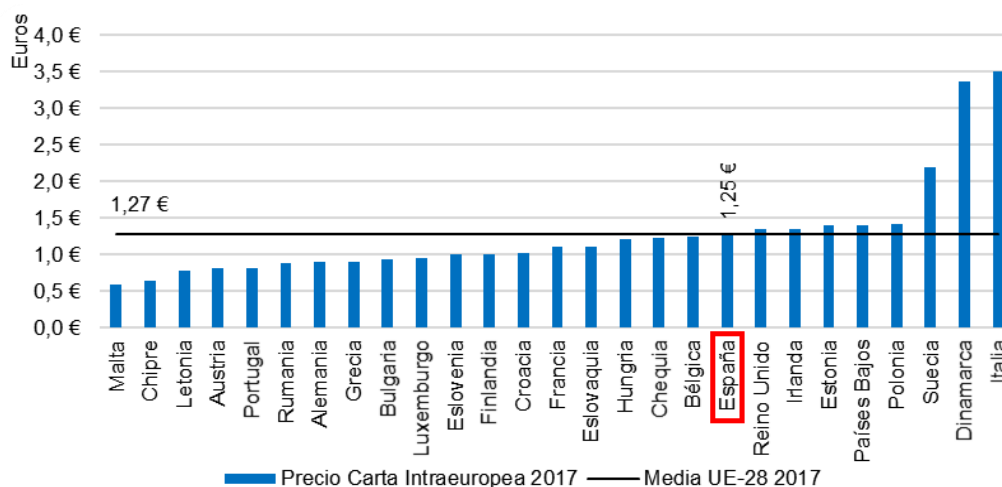
En cuanto a la carta ordinaria intra europea de menos de 20 gramos de los operadores designados para la prestación del SPU, la media de la UE-28 fue de 1,27€ (un 5,4% más que en 2016) mientras que en España fue de 1,25€ (un 8,7% más que el año anterior).

Los países donde más se incrementó el precio fue en Irlanda (un 28,6%) y en Suecia (un 59,1%). En el lado contrario, los países donde más disminuyó el precio<sup>22</sup> fueron Rumania (un 1,1% menos que en 2016) y Finlandia (un 23,1% menos que en 2016).

<sup>21</sup> Para la elaboración de este gráfico se ha dispuesto de los datos de los 28 países integrantes de la UE.

<sup>22</sup> Nuevamente no sólo son los países donde más disminuyó el precio, sino que también son los únicos donde el precio fue menor en 2017 respecto a 2016.

Gráfico 9. Precio de la carta ordinaria intra europea de menos de 20 gramos de los operadores designados para la prestación del SPU en la UE-28 (2017)<sup>23</sup>.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos estadísticos postales de la Comisión Europea.

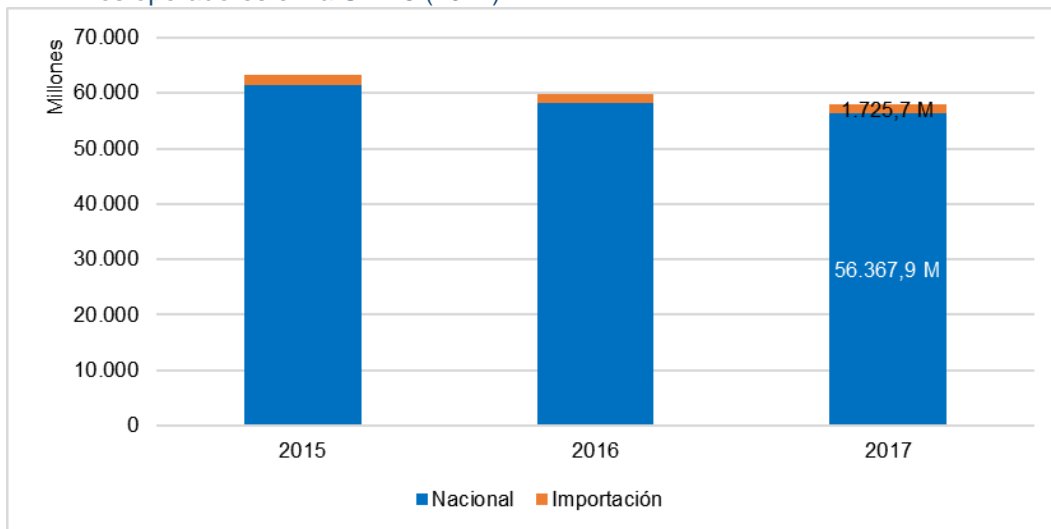
### III.1.5. Envíos de correspondencia

En la UE-28 los envíos de correspondencia llegaron a los 56.367,9 millones de envíos nacionales (un 3,3% menos que en 2016) y a los 1.725,7 millones de envíos de importación (un 8,5% más que el año anterior).

Este indicador incluye datos tanto de los operadores designados para la prestación del SPU como del resto de operadores.

<sup>23</sup> Para los de la carta intra europea de menos de 20 gramos no se han tenido en cuenta los datos de Lituania por no estar disponibles.

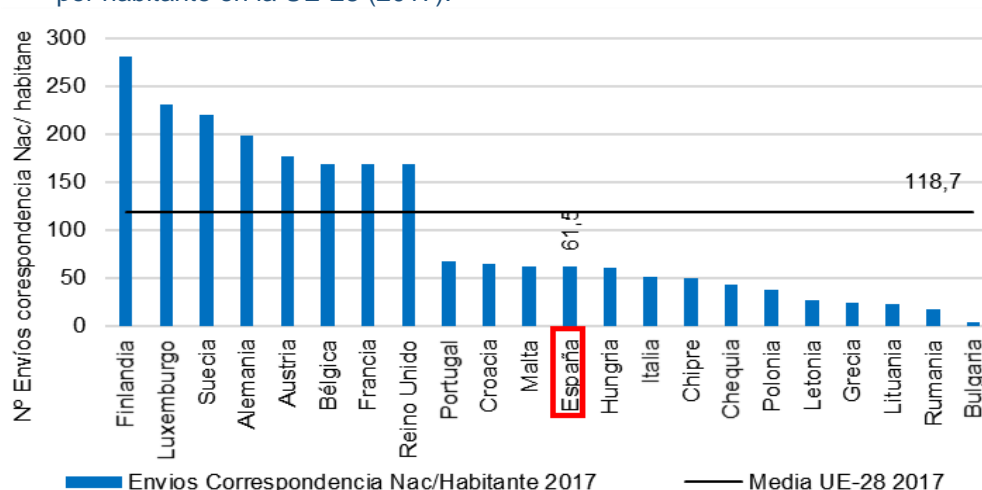
Gráfico 10. Número de envíos de correspondencia nacional y de importación de todos los operadores en la UE-28 (2017)<sup>24</sup>.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos estadísticos postales de la Comisión Europea.

La media de envíos de correspondencia nacional por habitante en la UE-28 se estableció en 118,7 en 2017. España tuvo la mitad de envíos llegando tan solo a los 61,5 en el mismo periodo, pero experimentó un fuerte incremento interanual (10,9% más que en 2016) sólo superado por el 59,7% de Rumanía.

Gráfico 11. Número de envíos de correspondencia nacional de todos los operadores por habitante en la UE-28 (2017).



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos estadísticos postales de la Comisión Europea.

<sup>24</sup> Para los dos siguientes gráficos, respecto a los envíos nacionales, no se han incluido datos de Dinamarca, Eslovaquia, Eslovenia, Estonia, Irlanda y Países Bajos por considerarse confidenciales en todos los casos. En cuanto a los envíos de importación, los países excluidos en los cálculos han sido Bélgica, Dinamarca, Eslovenia, Finlandia y Países Bajos por considerar esa información confidencial; y Reino Unido por no tener datos disponibles.

En síntesis, en el mercado postal europeo aumenta el número de habitantes por oficina mientras que permanece casi estable el número de empleados por habitante. Los precios de las cartas suben al tiempo que disminuyen los envíos por habitante.

El mercado postal en España sigue las mismas tendencias que el mercado postal europeo salvo por los incrementos que registran las ratios de empleado y envío por habitante.

Tabla 3. Principales indicadores del mercado postal en Europa (2017).

Indicador		2017	△ 2016/2017
<b>Oficinas postales</b>	Habitantes/oficinas España	3.204,2	+1,0 %
	Habitantes/oficinas UE-28	3.651,2	+2,0 %
<b>Empleo</b>	Habitantes/empleados España	826,0	-2,6 %
	Habitantes/empleados UE-28	526,5	+0,4 %
<b>Precios</b>	Carta nacional España	0,50 €	+11,1 %
	Carta nacional UE-28	0,72 €	+2,9 %
	Carta intra europea España	1,25 €	+8,7 %
	Carta intra europea UE-28	1,27 €	+5,4 %
<b>Correspondencia</b>	Envíos/Habitantes España	61,5	+10,9 %
	Envíos/Habitantes UE-28	118,7	-3,5 %

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos estadísticos postales de la Comisión Europea.

## IV. EL MERCADO POSTAL EN LA ACTIVIDAD ECONÓMICA NACIONAL

Los indicadores que se presentan en este apartado se han elaborado utilizando la información publicada por el INE en su página web<sup>25</sup>. La información toma como referencia en la selección el código CNAE “53 – Actividades postales y de correos”<sup>26</sup>.

Para poder comparar los resultados del ámbito postal se ha utilizado su dato equivalente del sector servicios en general o su equivalente nacional según se ha considerado más ilustrativo.

### IV.1 Indicadores del mercado postal en la actividad económica nacional<sup>27</sup>

#### IV.1.1. Cifra de negocios<sup>28</sup> y ocupación<sup>29</sup>

En la evolución de los índices de cifra de negocios del sector servicios, en general, y de las actividades postales y de correos, en particular<sup>30</sup>, se aprecia que, en 2018, se produjo una fuerte desaceleración respecto a la evolución de los dos años anteriores. Así, frente a crecimientos anuales entre el 6% y el 7% en los años 2016 y 2017, la variación anual del índice de cifra de negocios del sector servicios quedó en 2,7% en el año 2018 y la variación anual del índice de cifra de negocios de las actividades postales y de correos en 2,0%.

---

<sup>25</sup> <http://www.ine.es>

<sup>26</sup> El CNAE 53 es el que declaran la casi totalidad de las empresas de la muestra de este informe en el segmento SPT y casi la mitad de las empresas de la muestra del segmento CEP. [http://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica\\_C&cid=1254736177032&menu=ultiDatos&idp=1254735976614](http://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736177032&menu=ultiDatos&idp=1254735976614)

<sup>27</sup> Los datos están actualizados a 30 de septiembre de 2019.

<sup>28</sup> Definición de cifra de negocios: “Comprende el total de los importes facturados por la unidad de observación durante el período de referencia por las ventas de bienes y servicios suministrados a terceros, considerando tanto los realizados directamente por la propia unidad de observación como los procedentes de eventuales subcontrataciones.

*Estas ventas de bienes o servicios se contabilizan en términos netos, es decir, incluyendo las cargas repercutidas al cliente (transporte, envases, etc.), aunque se facturen por separado, pero deduciendo los descuentos sobre ventas por pronto pago, las devoluciones de ventas o el valor de envases devueltos, así como los rappels sobre las ventas. Se incluyen los impuestos y tasas que gravan los bienes o servicios facturados por la unidad, pero se excluye el IVA repercutido al cliente”.*

(<https://www.ine.es/DEFIne/es/concepto.htm?c=4797&op=30052&p=1&n=20>)

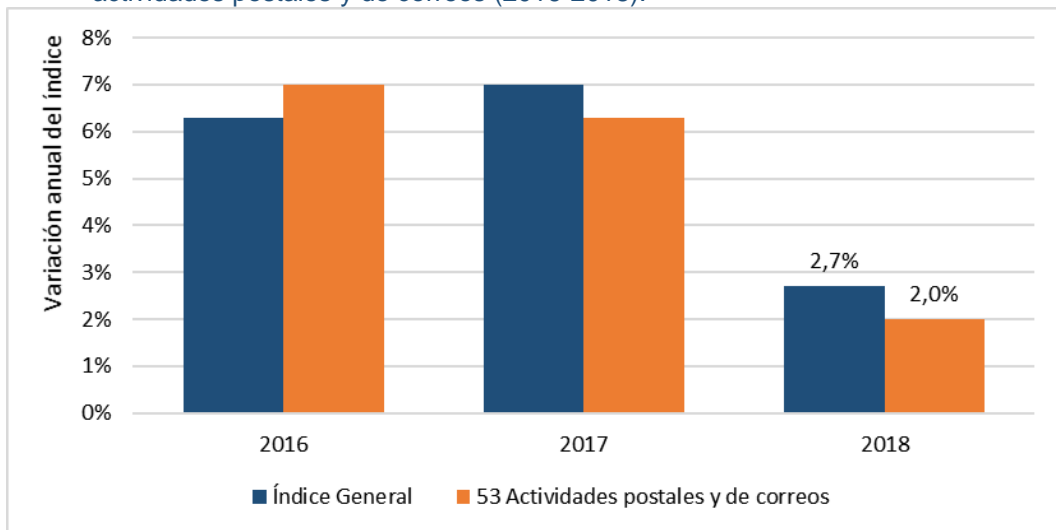
<sup>29</sup> Definición de ocupación: “Se define la ocupación como la clase o tipo de trabajo desarrollado, con especificación del puesto de trabajo desempeñado”. Fuente: INE.

(<https://www.ine.es/DEFIne/es/concepto.htm?txt=C38Dndices20de20ocupaciC3B3n&c=4614&p=1&n=20>)

<sup>30</sup> Los datos se toman directamente del INE. Los dos índices se calculan por meses y agregados por código CNAE. Los datos que se han tomado para presentar el dato de un año son los del mes de diciembre de cada uno de ellos. Ambos utilizan base 2015. En el informe del año anterior se empleó la base 2010. Se ha modificado por la base 2015 por ser la más actual que maneja el INE en estos indicadores.

Otro dato a destacar es que, tanto en 2018 como en 2017, la cifra de negocios del sector servicios creció más rápidamente que la correspondiente a las actividades postales y de correos, perdiendo en consecuencia peso específico estas actividades en la cifra de negocios global del sector.

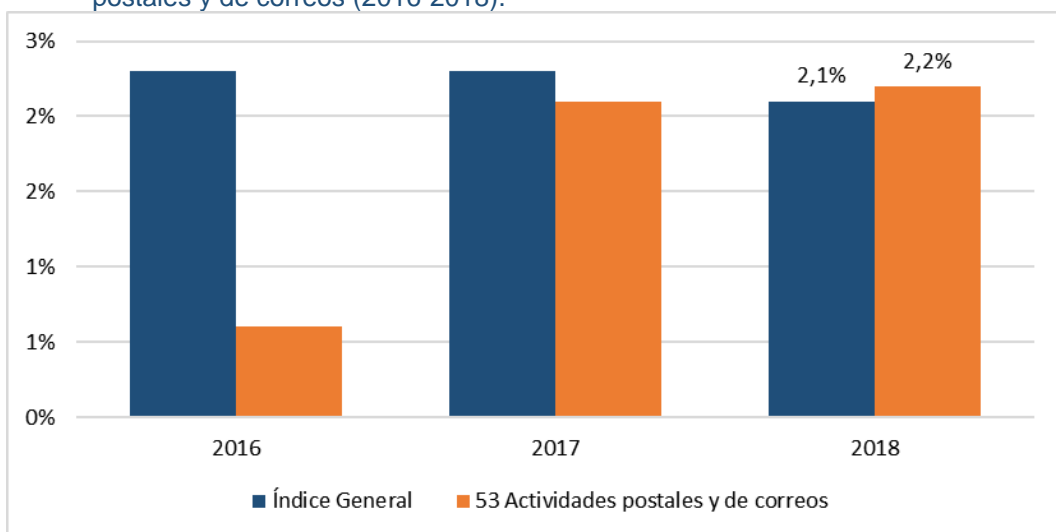
Gráfico 12. Evolución de los índices de cifra de negocios del sector servicios y las actividades postales y de correos (2016-2018).



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del INE.

Los índices de ocupación del sector servicios y de las actividades postales y de correos presentan variaciones anuales positivas en 2018 apuntando a incrementos en la ocupación sectorial. En concreto de un 2,1% en el primer caso y de un 2,2% en el segundo, similar a lo registrado el año anterior.

Gráfico 13. Evolución de los índices de ocupación del sector servicios y las actividades postales y de correos (2016-2018).



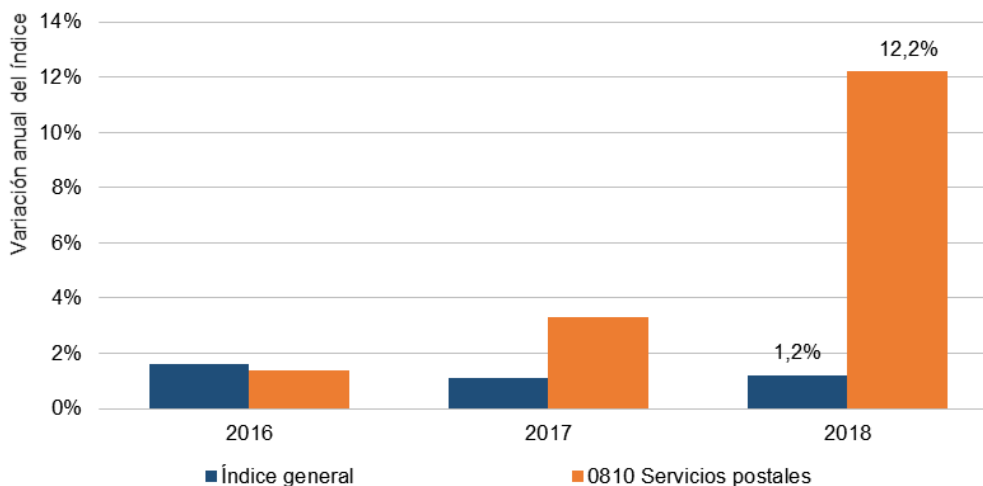
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del INE.



#### IV.1.2. Precios al consumo

En los años 2017 y 2018, el índice de precios al consumo presenta una notable diferencia entre los servicios postales y la evolución del índice general, pues los primeros se aceleran significativamente frente a la estabilidad que presenta el IPC.

Gráfico 14. Evolución del IPC general nacional y de los servicios postales (2016-2018).



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del INE.

En resumen, los servicios postales pierden importancia relativa en el conjunto de la cifra de negocios del sector servicios, si bien crean empleo a igual ritmo, reflejo probablemente de la fuerte intensidad relativa en este factor de las actividades postales. También destaca el fuerte encarecimiento relativo de los servicios postales frente a la relativa estabilidad del conjunto de los bienes y servicios que componen el IPC.

Tabla 4. Principales indicadores de la actividad económica nacional (2018)

Indicador		2018	△ 2017/2018
Índice de cifra de negocios	Índice General	2,7%	-4,3 p.p.
	53 Actividades postales y de correos	2,0%	-4,3 p.p.
Índice de ocupación	Índice General	2,1%	-0,2 p.p.
	53 Actividades postales y de correos	2,2%	+0,1 p.p.
IPC	Índice general	1,2%	+0,1 p.p.
	0810 Servicios postales	12,2%	+8,9 p.p.

\*p.p.: Puntos porcentuales

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del INE.

## V. EL MERCADO POSTAL EN ESPAÑA<sup>31</sup>

La información para elaborar este apartado procede de la selección de una muestra de los casi dos mil operadores inscritos en el Registro Postal. La muestra se ha construido incluyendo a las empresas centrales, cabeceras o matrices que gestionan redes de operadores postales (como se vio anteriormente, el 65,7% del total de operadores inscritos está agrupado en una red), así como a otros operadores principales no pertenecientes a ninguna red<sup>32</sup>.

Además, se ha empleado como criterio de selección el volumen de cifra de negocios, de manera que un operador postal se ha incluido en la muestra cuando su cifra de negocios en el ámbito postal ha sido superior al millón de euros en el último año del que se ha dispuesto de información<sup>33</sup>.

Aquellos operadores que no están incluidos en una red y no tienen una cifra de negocios superior al millón de euros suelen ser operadores locales o regionales muy pequeños con apenas influencia en los datos estadísticos globales del mercado postal y del segmento en el que operan.

Como criterio adicional, al igual que en años anteriores, se han excluido de la muestra las empresas cuya operativa consiste en ejercer de intermediarios que admiten los envíos y luego encargan a otro operador postal la gestión del resto de la cadena postal<sup>34</sup>. El motivo de excluir a este tipo de empresas es que los operadores postales que gestionan para ellos el resto de la cadena postal ya están incluidos en la muestra y facilitan los datos de esos envíos. Incluir a los intermediarios en la muestra conllevaría duplicar la información que facilitaría tanto el intermediario como el operador postal que realiza casi todas las etapas de la cadena postal.

Como se ha indicado anteriormente, el mercado postal se puede dividir en dos segmentos: el segmento SPT y el segmento CEP. Por ese motivo, la información de este apartado se divide en tres subapartados.

El primero de ellos se dedica al mercado postal en su conjunto considerando la suma del segmento SPT y del segmento CEP, mientras que los dos últimos se dedican a cada uno de los dos segmentos por separado.

---

<sup>31</sup> Los datos están actualizados a 30 de septiembre de 2019, fecha de validación definitiva de los datos facilitados por los operadores postales.

<sup>32</sup> Para un mayor detalle de la metodología utilizada se puede consultar el informe "Análisis del sector postal y del sector de la mensajería: metodología utilizada y resultados obtenidos" de 18 de diciembre de 2014: [https://www.cnmc.es/sites/default/files/1551094\\_4.pdf](https://www.cnmc.es/sites/default/files/1551094_4.pdf).

<sup>33</sup> Los operadores postales que tienen una cifra de negocios inferior al millón de euros suelen ser autónomos o pequeñas empresas que prestan servicios para una red cuya empresa central, cabecera o matriz facilita a la CNMC los datos de toda la red.

<sup>34</sup> El ejemplo más representativo de los intermediarios postales es Mail Boxes Etc.

## V.1. Mercado postal

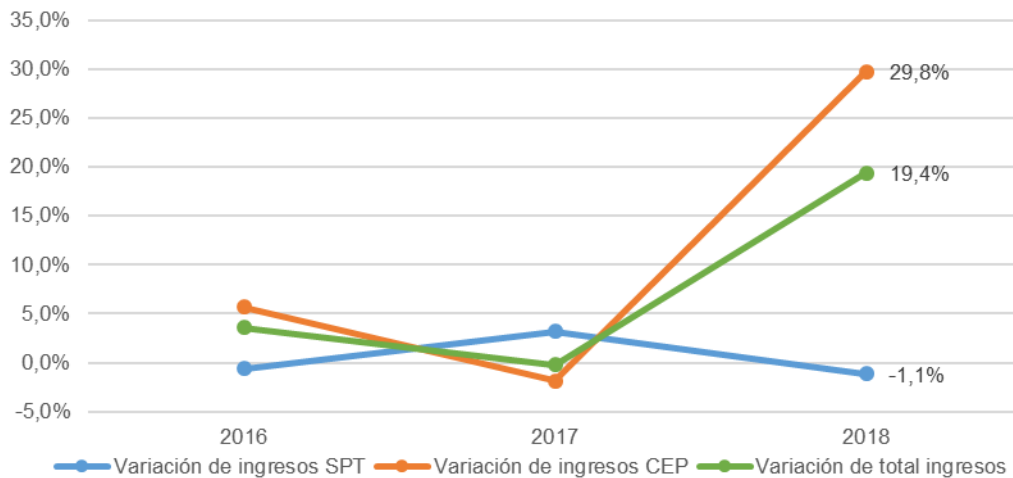
### V.1.1. Indicadores del mercado postal<sup>35</sup>

#### V.1.1.1. Ingresos y envíos del mercado postal

Los ingresos por envíos postales alcanzaron los 4.872,2 millones de euros en 2018 (+19,4% en comparación con 2017). De ellos, el 27,7% correspondió al segmento SPT, esto es unos 1.350,9 millones de euros, con una disminución del 1,1% respecto a 2017. Los ingresos del segmento CEP casi alcanzaron los 3.521,3 millones de euros, 72,3% del total, con un crecimiento del 29,8% respecto a 2017<sup>36</sup>.

Por lo que se refiere a los envíos, se alcanzó un total de 3.258,8 millones (-7,9% en variación interanual). De ellos, el 83,7% se generaron dentro del segmento SPT, que registró por tanto un total de envíos de 2.727,4 millones (-11,4% respecto del año anterior), y el 16,3% en el segmento CEP, ascendiendo en valor absoluto a 531,4 millones de envíos (+15,8% respecto de 2017)<sup>37</sup>.

Gráfico 15. Variación de los ingresos en el mercado postal por tipo de ingreso y año (2016-2018).



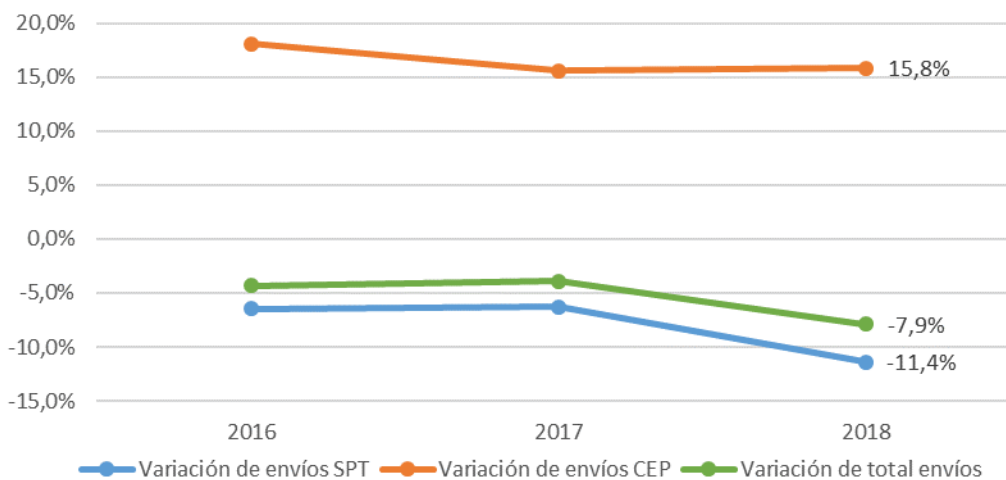
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos aportados por las empresas.

<sup>35</sup> Los datos están actualizados a 30 de septiembre de 2019, fecha de validación definitiva de los datos facilitados por los operadores postales.

<sup>36</sup> Como se explicará más en detalle en el apartado dedicado al segmento CEP, el aumento de 29,8% se debe en buena medida a que para los datos de 2018 los operadores postales que cuentan con una red han estimado los ingresos totales de la misma, cosa que no habían hecho en años anteriores.

<sup>37</sup> A diferencia de los ingresos, el aumento en los envíos no está afectado por la estimación de los ingresos de toda la red en los casos de los operadores postales que operan con ellas. La razón es que los envíos sí se estaban facilitando en su totalidad por los operadores.

Gráfico 16. Variación de los envíos en el mercado postal por tipo de envío y año (2016-2018).



Fuente: Elaboración propia a partir de datos aportados por las empresas.

En definitiva, los ingresos del mercado postal español han aumentado un 19,4% frente a una disminución de envíos del 7,9%. Mientras el aumento de ingresos proviene del segmento CEP (un 29,8% más), la disminución de los envíos la provoca el segmento SPT (un 11,4% menos).

Tabla 5. Principales indicadores del mercado postal (2018)

Indicador		2018	△ 2017/2018
<b>Ingresos y envíos mercado</b>	Ingresos	4.872,2 M€	+19,4 %
	Envíos	3.258,8 M	-7,9 %
<b>Ingresos y envíos SPT</b>	Ingresos	1.350,9 M€	-1,1 %
	% sobre el total	27,7%	-5,8 p.p.
	Envíos	2.727,4 M	-11,4 %
	% sobre el total	83,7%	-3,3 p.p.
<b>Ingresos y envíos CEP</b>	Ingresos	3.521,3 M€	+29,8 %
	% sobre el total	72,3%	+5,8 p.p.
	Envíos	531,4 M	+15,8 %
	% sobre el total	16,3%	+3,3 p.p.

\*p.p.: Puntos porcentuales

Fuente: Elaboración propia a partir de datos aportados por las empresas.

## V.2. Segmento SPT

### V.2.1 Descripción de la oferta del segmento SPT

En el segmento SPT, como su propio nombre indica, es en el que se ofertan los productos postales más tradicionales, fundamentalmente cartas y tarjetas postales. Las notas definitorias<sup>38</sup> de este tipo de productos son:

- Pequeño tamaño.
- Peso reducido.
- Distribución por repartidores a pie.
- Entrega en casilleros domiciliarios.
- Un solo intento de entrega.

Además de las cartas y tarjetas postales, como productos derivados, pero con mucho más valor añadido, el segmento SPT incluye los productos registrados tales como las cartas certificadas y notificaciones, donde la entrega suele ser en mano en el domicilio del destinatario y puede realizarse más de un intento de entrega (según se haya contratado por el cliente remitente). También dentro del segmento SPT se incluyen productos como la publicidad directa y otras publicaciones.

Es importante esclarecer el tratamiento que se da en este informe a un tipo de producto cuyas características están a medio camino entre el segmento SPT y el segmento CEP. Estamos hablando de los productos de paquetería que son distribuidos mediante la red de distribución postal tradicional sin valores añadidos y sin indemnización por retraso en la entrega. Por características como los plazos de entrega poco exigentes, la ausencia de valores añadidos y la falta de indemnización podría incluirse dentro del segmento SPT. Por características como dimensiones mayores, productos sustitutivos y difícil entrega en casilleros domiciliarios son más propios del segmento CEP.

En línea con la realidad del mercado aplicada por los operadores postales y los criterios seguidos por los organismos internacionales, se considera adecuado ubicar este tipo de productos de paquetería dentro del segmento CEP<sup>39</sup>.

---

<sup>38</sup> Se trata de notas definitorias de carácter general que no excluyen que haya envíos concretos donde no se cumple alguna de las características.

<sup>39</sup> En este sentido, conviene tener en cuenta el considerando 16 del Reglamento (UE) 2018/644 del Parlamento Europeo y del Consejo de 18 de abril de 2018 sobre los servicios de paquetería transfronterizos que establece: *“Se presume que los envíos postales de un grosor superior a 20 mm contienen objetos distintos de la correspondencia (...) Los envíos postales que contienen únicamente correspondencia no deben estar comprendidos en el ámbito de los servicios de paquetería.”*

## V.2.2 Principales operadores del segmento SPT

Dentro del segmento SPT se han incluido 10 empresas que son las que han resultado de aplicar los criterios explicados al inicio de este capítulo<sup>40</sup>. Para hacer más comprensible la información presentada, se agrupa por tipología de operador. Así se han clasificado los operadores postales en función de su titularidad, ámbito de actuación y su tipo de red. Respecto a la muestra del año anterior el principal cambio es que ya no se incluye en el año 2018 a la empresa Unipost por su cese de actividad<sup>41</sup>.

Tabla 6. Principales operadores del segmento SPT (2018).

Tipo	Marca	Nombre
Operador público (Correos)		Sociedad Estatal Correos y Telégrafos, S.A.
Consolidadores internacionales <sup>42</sup>		ASENDIA S.L.U.
		SPRING GLOBAL MAIL
Akropost		AKROPOST SERVICIOS POSTALES DEL PAIS VASCO, S.A.
Operadores especializados en notificaciones	Empresas especializadas en notificaciones administrativas (2)	

<sup>40</sup> Inscripción en el Registro postal y ventas superiores al millón de euros.

<sup>41</sup> Aunque Unipost, S.A. ya estaba en concurso de acreedores, en el informe del año pasado sí se incluían datos de Unipost, S.A. para 2017. Los datos no pudieron ser facilitados por esta empresa por estar en concurso de acreedores, pero fue la administración concursal, Jausas Legal y Tributario, S.L.P., la que facilitó los totales de ingresos y envíos. Los desgloses de esos totales en cada uno de los apartados para 2017 fueron estimados por la CNMC. Los datos históricos consolidados de años anteriores incluyen a Unipost, S.A. y al resto de empresas que han ido cesando en su actividad a lo largo del tiempo: Nore (solo hasta 2014), Bada Repart (solo hasta 2016).

<sup>42</sup> Los consolidadores internacionales son operadores postales que no prestan todos los servicios de la cadena postal. En general, no prestan el servicio de distribución. Se limitan a admitir, clasificar y/o transportar los envíos destinados a otros países y subcontratan la distribución de los mismos con otras empresas ubicadas en esos países. Las empresas consolidadoras de ámbito nacional no se han incluido en la muestra para evitar duplicidades en la información. Todo el volumen que manejan ya está incluido en otras empresas nacionales de la muestra.

Otros operadores SPT <sup>43</sup>	Empresas no incluidas dentro de otras tipologías (4)
------------------------------------	--

Fuente: Elaboración propia.

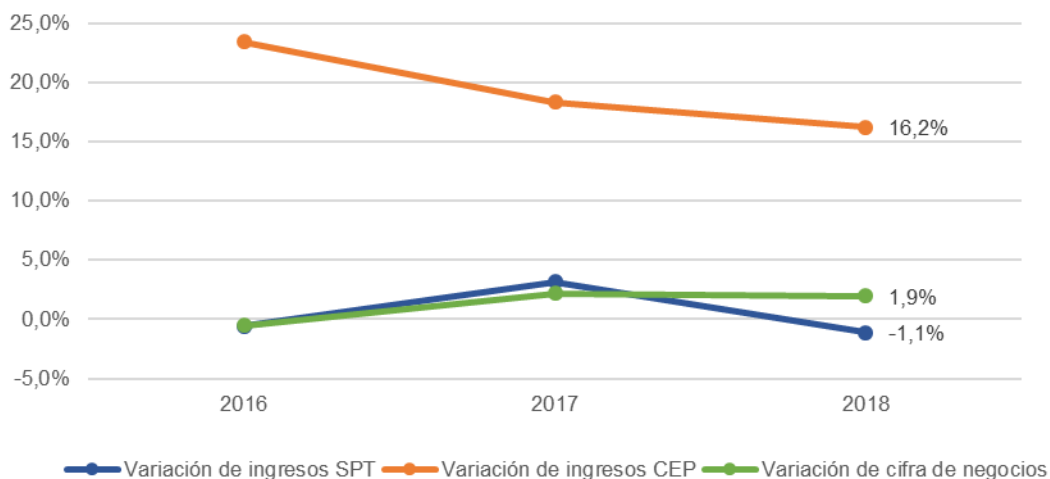
### V.2.3. Indicadores del segmento SPT<sup>44</sup>

#### V.2.3.1. Cifra de negocios del segmento SPT

La cifra de negocios de las empresas del segmento SPT llegó a los 1.871,7 millones de euros en 2018. Durante los últimos años esa cifra ha oscilado muy poco y se ha mantenido ligeramente por debajo o por encima de los mil ochocientos millones de euros.

La variación de la cifra de negocios de las empresas del segmento SPT aumentó un 1,9% en 2018. Sin embargo, hay que tener en cuenta que ese aumento no se produjo por su negocio principal, los ingresos propiamente de los productos SPT (que disminuyeron un 1,1%), sino que ese aumento estuvo soportado por los ingresos de los productos CEP que también comercializan (aumentaron un 16,2%) y de otros ingresos (que aumentaron un 1,4%).

Gráfico 17. Variación de la cifra de negocios de los principales operadores del segmento SPT por año y tipo de ingreso (2016-2018).



Fuente: Elaboración propia a partir de datos aportados por las empresas.

<sup>43</sup> Una de las tipologías que se venía utilizando tradicionalmente por la CNMC era la de la Red Unipost compuesta tanto por Unipost, S.A. como por las empresas asociadas que operaban dentro de esa red. Como la Red Unipost ha desaparecido del mercado español, las empresas asociadas a la Red Unipost se han incluido en la categoría genérica de otros operadores SPT.

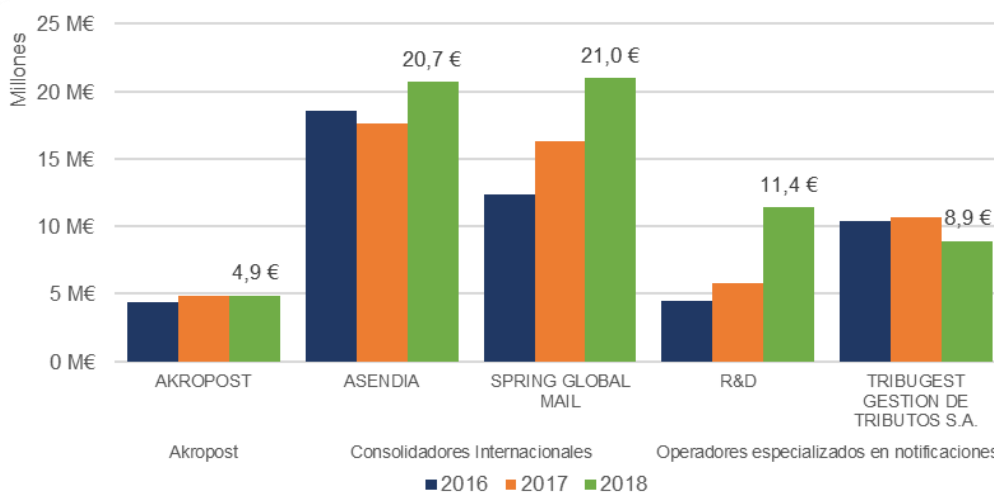
<sup>44</sup> Los datos están actualizados a 30 de septiembre de 2019, fecha de validación definitiva de los datos facilitados por los operadores postales.

Los siguientes gráficos presentan la cifra de negocios de cada una de las empresas agrupadas por tipología.

La primera tipología analizada es la del operador público<sup>45</sup> cuya cifra de negocios llegó en 2018 a los 1.784,3 millones de euros con un incremento respecto al año 2017 del 8,7%. A primera vista ya se puede apreciar que el operador público representa la casi totalidad de la cifra de negocios del segmento SPT.

En cuanto a las demás tipologías, todas las empresas, salvo Tribugest para el segmento de notificaciones y ELSAN para el segmento de otros operadores, registraron incrementos en su cifra de negocios en el ejercicio 2018.

Gráfico 18. Evolución de la cifra de negocios de Akropost, consolidadores internacionales y operadores de notificaciones en el segmento SPT por año (2016-2018).

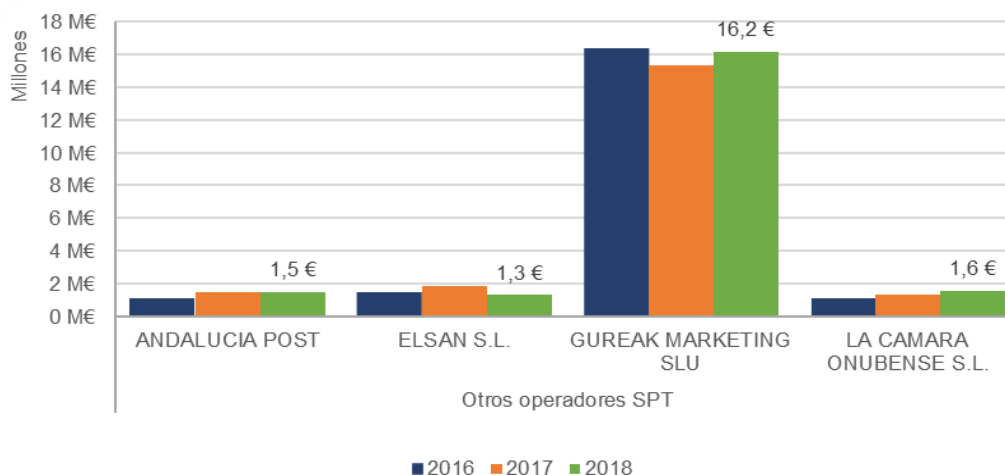


Fuente: Elaboración propia a partir de datos aportados por las empresas.

<sup>45</sup> En este apartado dedicado al segmento SPT, siempre que se hable de operador público, se estará haciendo mención únicamente a la empresa Sociedad Estatal Correos y Telégrafos, S.A. No se tiene en cuenta Correos Express Paquetería Urgente, S.A. por no tener actividad esta segunda dentro del segmento SPT. Es importante hacer esta diferenciación porque en el segmento CEP ocurre lo contrario, ambas empresas tienen actividad en el segmento CEP y ambas empresas son incluidas al hablar de operador público.



Gráfico 19. Evolución de la cifra de negocios de Otros operadores SPT en el segmento SPT por año (2016-2018).



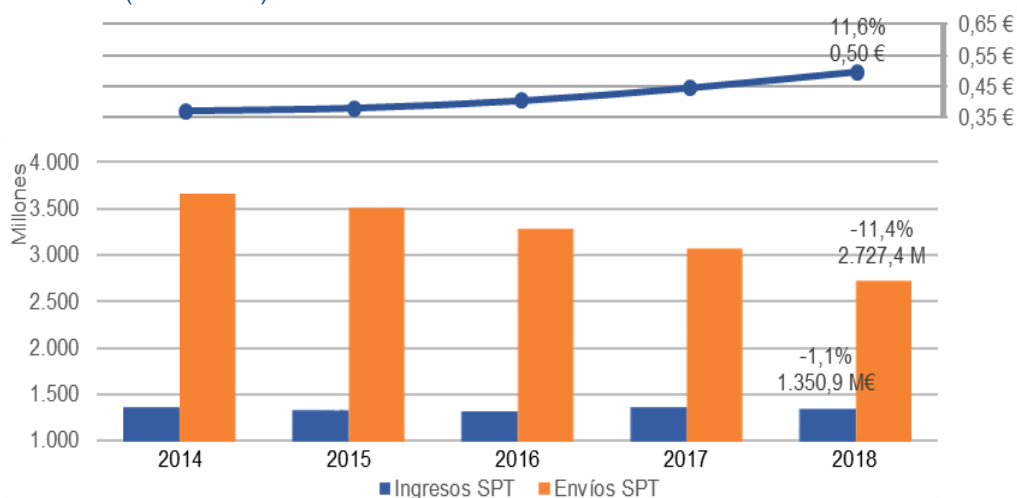
Fuente: Elaboración propia a partir de datos aportados por las empresas.

### V.2.3.2. Ingresos y envíos del segmento SPT

Respecto a los totales de ingresos y envíos del segmento SPT, contrasta la fuerte disminución de los envíos (un 11,4% en 2018) frente a unos ingresos que disminuyen muy poco a poco (un 1,1% en 2018).

Esta evolución ha de relacionarse con la tendencia al alza de los precios que experimentan los servicios postales en los dos últimos años, como se comentó anteriormente. Estas subidas en precios unitarios compensarían la caída del volumen de envíos para contribuir al mantenimiento del valor de los ingresos totales y a la subida del ingreso unitario.

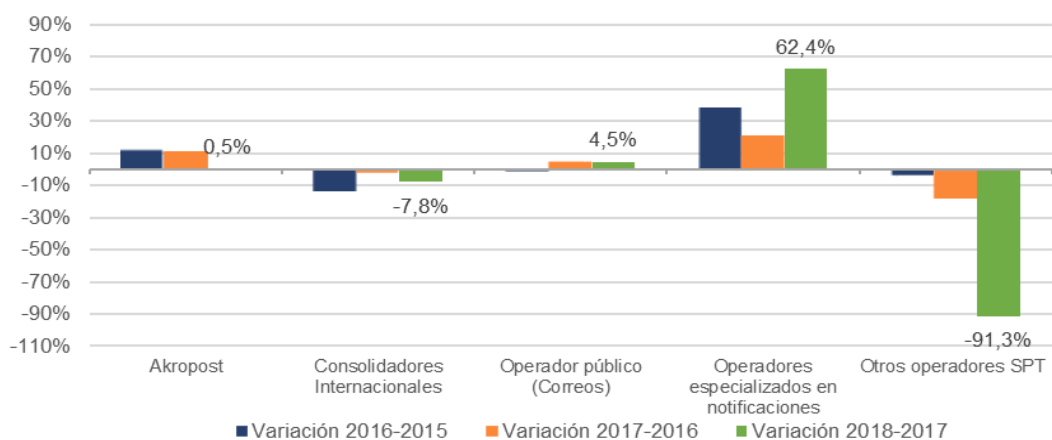
Gráfico 20. Evolución de los ingresos, envíos e ingreso unitario del segmento SPT por año (2014-2018).



Fuente: Elaboración propia a partir de datos aportados por las empresas.

Si se observan las tasas de variación de los ingresos de las diferentes tipologías de operador del segmento SPT destaca el aumento de un 62,4% en el caso de las empresas de notificaciones y el 4,5% de incremento en los ingresos del operador público. En el lado contrario estaría la disminución del 91,3% de los ingresos de la tipología otros operadores SPT pero hay que tener en cuenta que esta disminución de ingresos se explica casi en su totalidad por la desaparición de la empresa Unipost en el año 2018.

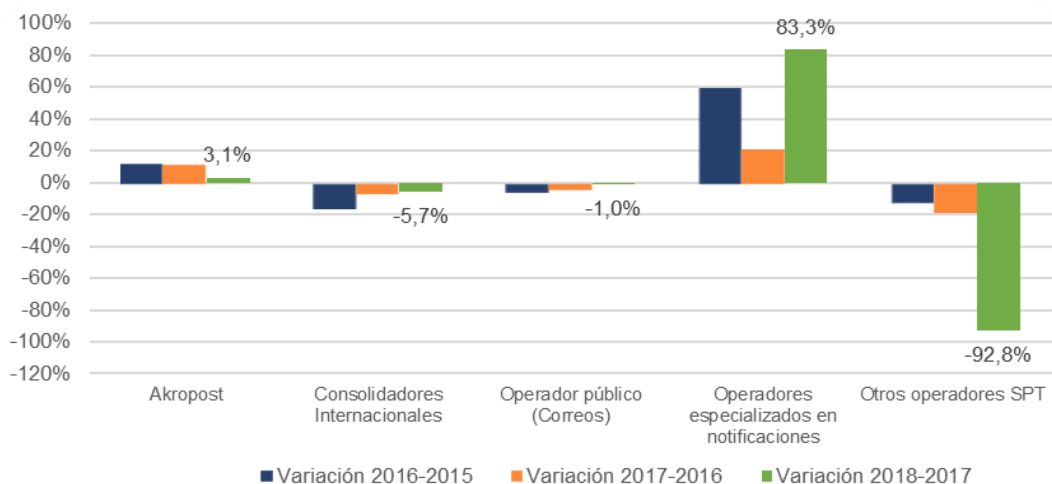
Gráfico 21. Tasa de variación de los ingresos del segmento SPT por año y tipología de operador (2016-2018).



Fuente: Elaboración propia a partir de datos aportados por las empresas.

En las tasas de variación de los envíos, la desaparición de Unipost genera el mismo efecto que se acaba de explicar para los ingresos. Nuevamente destaca el fuerte aumento de un 83,3% en las empresas de notificaciones.

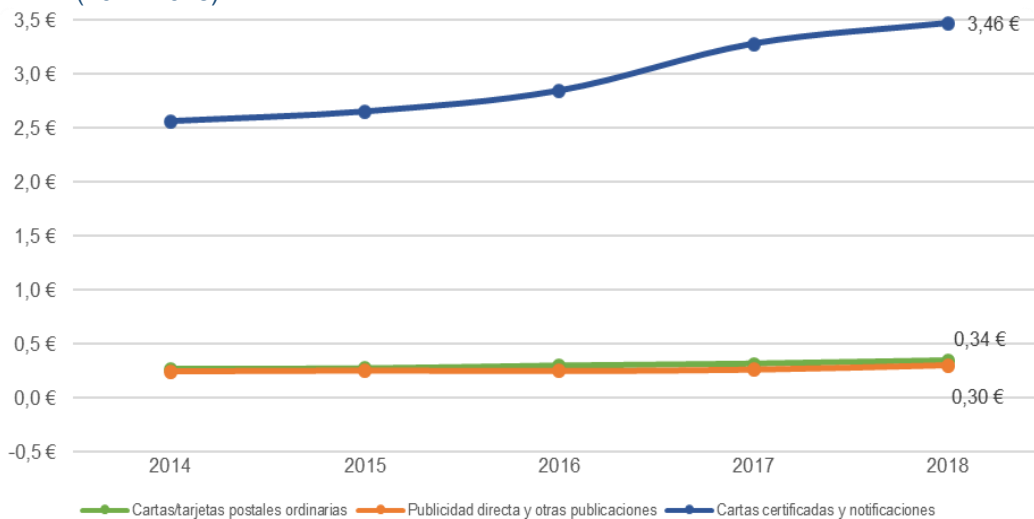
Gráfico 22. Tasa de variación de los envíos del segmento SPT por año y tipología de operador (2016-2018).



Fuente: Elaboración propia a partir de datos aportados por las empresas.

Ya se ha mencionado que el ingreso unitario dentro del segmento SPT aumentó un 11,6% hasta alcanzar los 0,50 euros en 2018. Esta evolución se explica por el incremento en el ingreso medio de todas las tipologías de productos. Así, el ingreso medio de las cartas y tarjetas postales ordinarias se incrementó en un 9,4% hasta los 0,34 euros; en la publicidad directa y otras publicaciones, aumentó un 15,6% hasta los 0,30 euros y en las cartas certificadas y notificaciones, el ingreso unitario creció un 5,8% hasta los 3,46 euros.

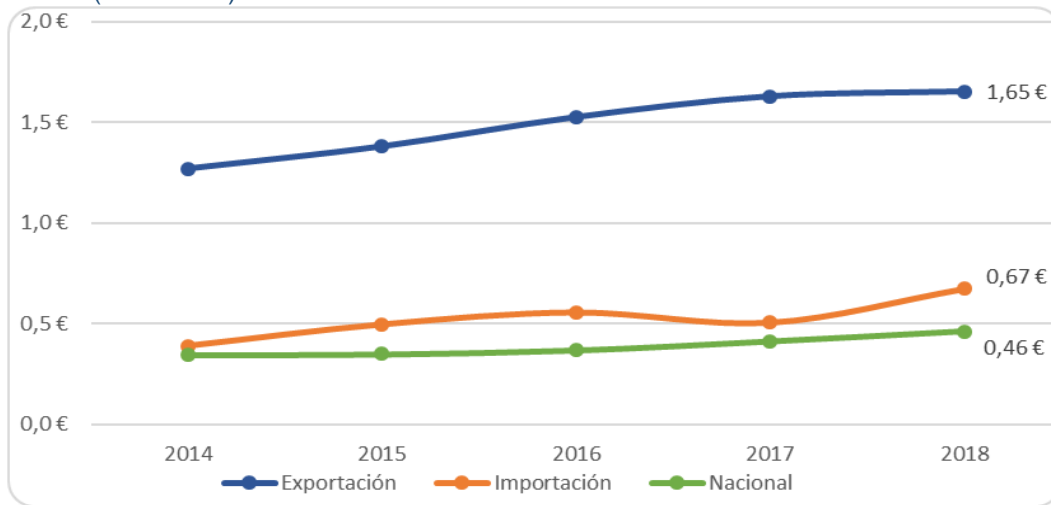
Gráfico 23. Evolución del ingreso unitario del segmento SPT por año y tipo de producto (2014-2018).



Fuente: Elaboración propia a partir de datos aportados por las empresas.

Otro enfoque que permite analizar el incremento del ingreso unitario es el del origen y destino de los envíos. Desde este punto de vista, el incremento del ingreso unitario ha sido más acentuado en el caso de la importación (un 33,4% hasta alcanzar los 0,67 euros) y en los envíos nacionales (un 11,8% hasta los 0,46 euros) y menos acentuado en cuanto a los envíos de exportación (un 1,5% hasta los 1,65 euros).

Gráfico 24. Evolución del ingreso unitario del segmento SPT por año y origen/destino (2014-2018).

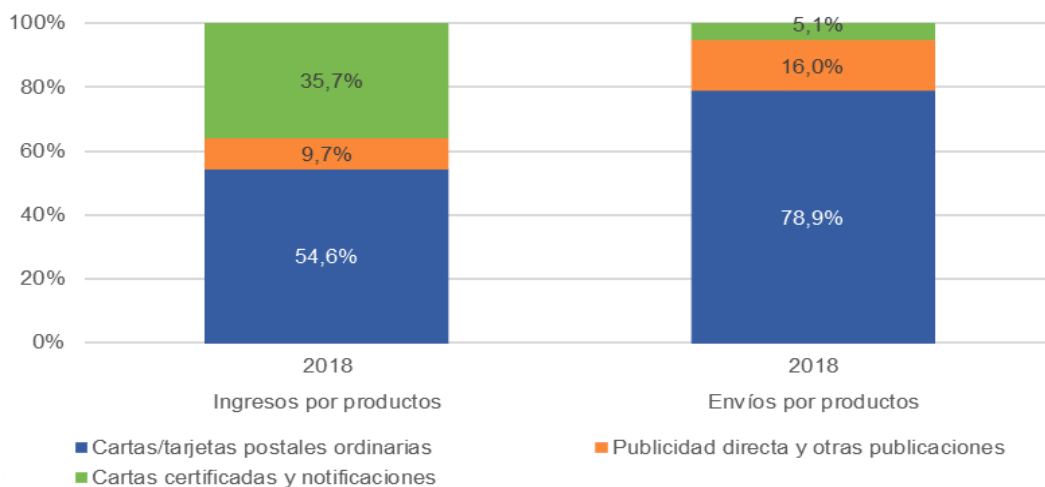


Fuente: Elaboración propia a partir de datos aportados por las empresas.

### V.2.3.3. Distribución de ingresos y envíos del segmento SPT por productos y por flujo.

Desde la perspectiva de producto, como en años anteriores las cartas y tarjetas ordinarias son mayoritarias tanto por ingresos como por envíos. Pero mientras que estos productos suponen el 78,9% de los envíos, sólo alcanzan el 54,6% de los ingresos. En este sentido destacan las cartas certificadas y notificaciones que con sólo el 5,1% de los envíos alcanzaron el 35,7% de los ingresos gracias a que, al tratarse de productos de valor añadido, sus precios son mayores.

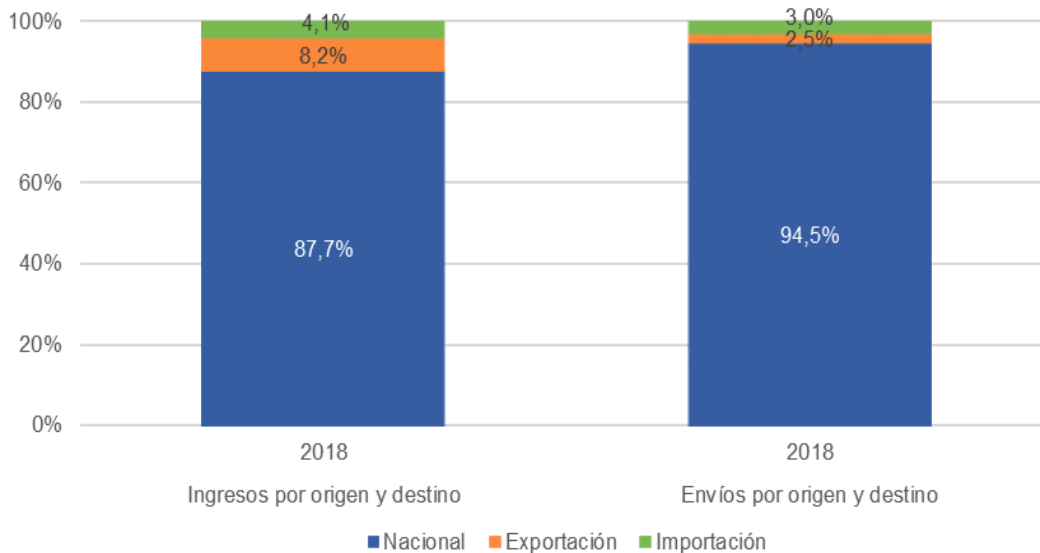
Gráfico 25. Distribución de los ingresos y envíos del segmento SPT por año y tipo de producto (2018).



Fuente: Elaboración propia a partir de datos aportados por las empresas.

Desde la perspectiva de los flujos de origen y destino de los envíos, el segmento SPT es fundamentalmente de ámbito nacional tanto por envíos (un 94,5%) como por ingresos (un 87,7%).

Gráfico 26. Distribución de los ingresos y envíos del segmento SPT por año y origen/destino (2018).

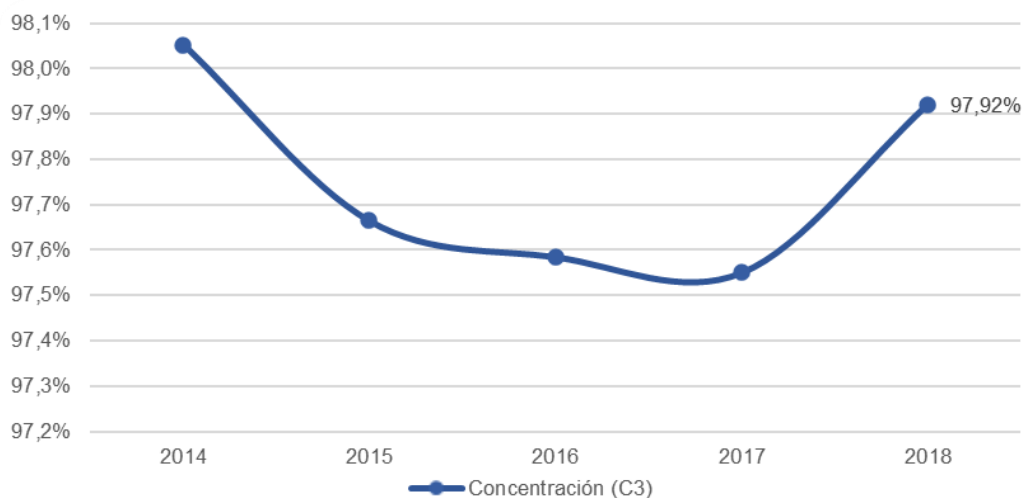


Fuente: Elaboración propia a partir de datos aportados por las empresas.

#### V.2.3.4. Cuotas de mercado del segmento SPT

El presente epígrafe estudia cómo se reparte el mercado dentro del segmento SPT. El primer punto de vista es ver cómo ha evolucionado la cuota de mercado de los 3 operadores con mayor número de envíos cada año. Se aprecia cómo, tras cuatro años de leves caídas, en el año 2018 se produjo un alza hasta llegar al 97,92%.

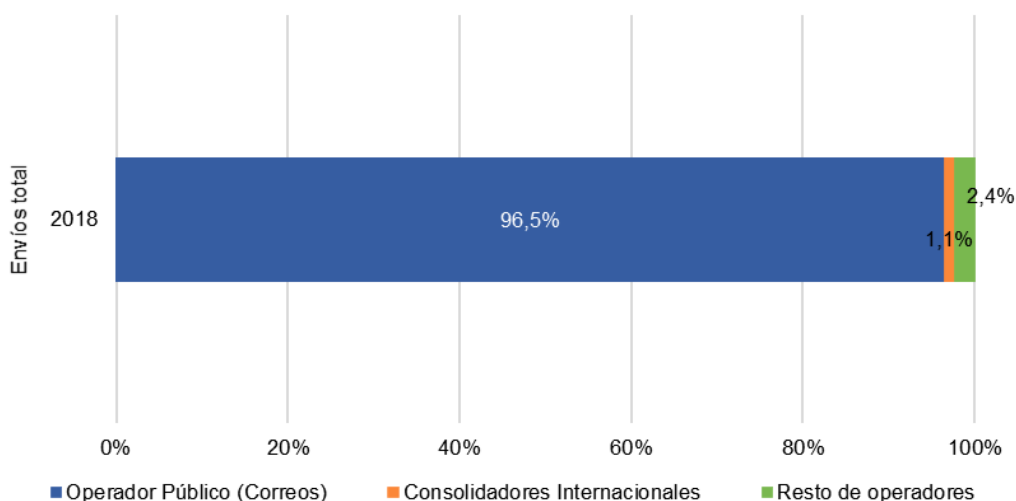
Gráfico 27. Concentración (C3) en el segmento SPT por año y los 3 operadores con mayor número de envíos (2014-2018).



Fuente: Elaboración propia a partir de datos aportados por las empresas.

Si los datos anteriores se desglosan por tipología de operador, en el año 2018, el 96,5% de los envíos fueron del operador público quedando sólo el 1,1% para los consolidadores internacionales y el 2,4% para el resto de operadores.

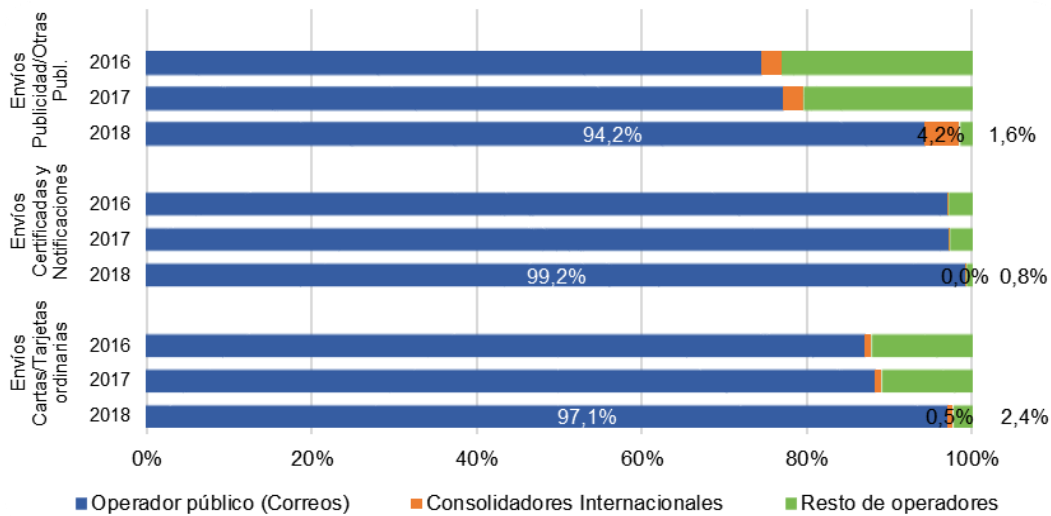
Gráfico 28. Cuotas de mercado del segmento SPT en envíos totales por año y tipología de operador (2018).



Fuente: Elaboración propia a partir de datos aportados por las empresas.

Las cuotas de mercado por productos muestran que el operador público tiene la cuota mayor en todos ellos. En el resto de empresas sólo destaca el 4,2% de la publicidad y otras publicaciones que tienen los consolidadores internacionales en 2018.

Gráfico 29. Cuotas de mercado del segmento SPT en envíos totales por producto y tipología de operador (2016-2018).

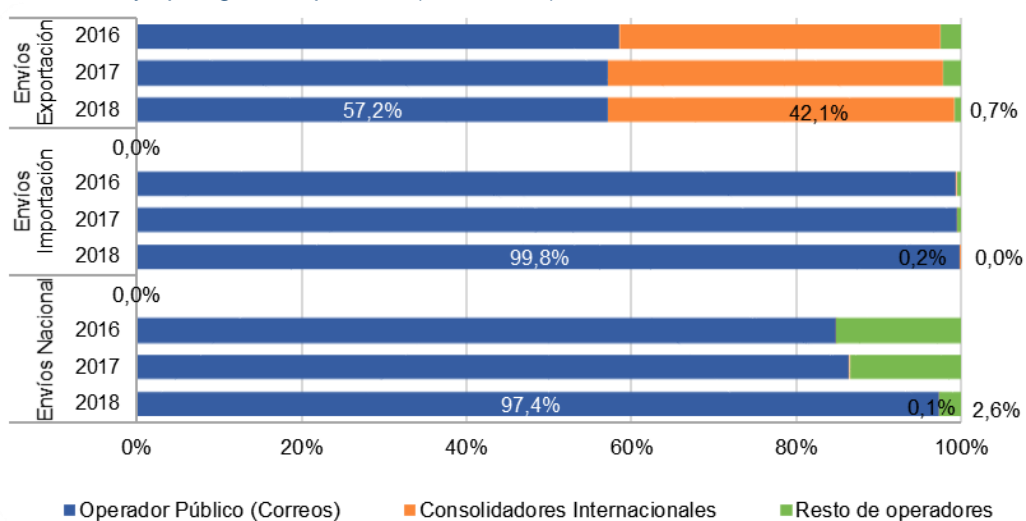


Fuente: Elaboración propia a partir de datos aportados por las empresas.

Si el gráfico anterior mostraba que el operador público tiene una cuota de mercado predominante en todos los productos, ocurre lo mismo desde el punto de vista del origen/destino de los envíos.

Destaca la presencia de los consolidadores internacionales en la exportación que alcanzó un 42,1% en 2018 frente al 57,2% del operador público. También reseñar que, en la importación, la presencia de empresas distintas al operador público es casi testimonial: un 0,2% frente al 99,8% del operador público.

Gráfico 30. Cuotas de mercado del segmento SPT en envíos según origen/destino por año y tipología de operador (2016-2018).



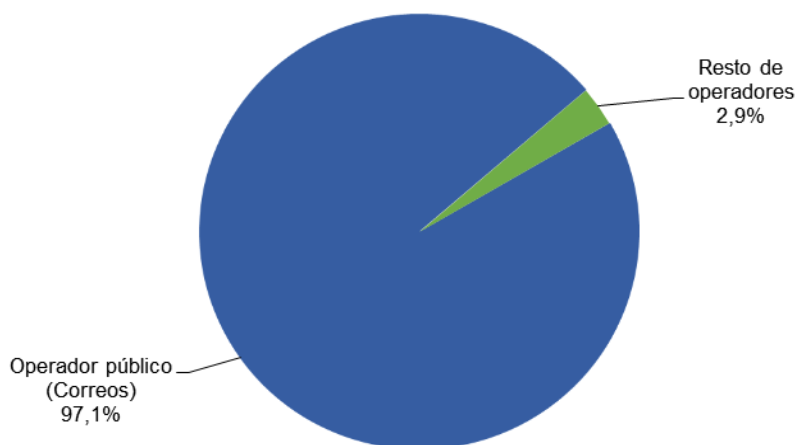
Fuente: Elaboración propia a partir de datos aportados por las empresas.

### V.2.3.5. Recursos del segmento SPT

La distribución de empleados en el segmento SPT indica que el 97,1% de los mismos correspondieron al operador público en 2018. Respecto a años anteriores conviene resaltar nuevamente que la desaparición de Unipost ha hecho que haya variado sustancialmente la distribución de empleados.

Para interpretar correctamente los datos, hay que tener en cuenta que los empleados del operador público en su mayoría prestan servicios tanto en el segmento SPT como en el segmento CEP. A los meros efectos de este informe, y como en informes anteriores, para evitar duplicidades se han asignado todos sus empleados a su actividad principal, el segmento SPT<sup>46</sup>.

Gráfico 31. Distribución de empleados del segmento SPT por tipología de operador (2018).



Fuente: Elaboración propia a partir de datos aportados por las empresas.

Dada la importancia del operador público como principal empleador del sector, seguidamente se examina la evolución de su número de empleados durante los últimos 5 años.

En 2018 ese número llegó hasta los 52.259<sup>47</sup> empleados, un 2,1% más que el año anterior. Se aprecia cómo, tras 3 años de descensos en el número de empleados, los años 2017 y 2018 registraron aumentos de personal.

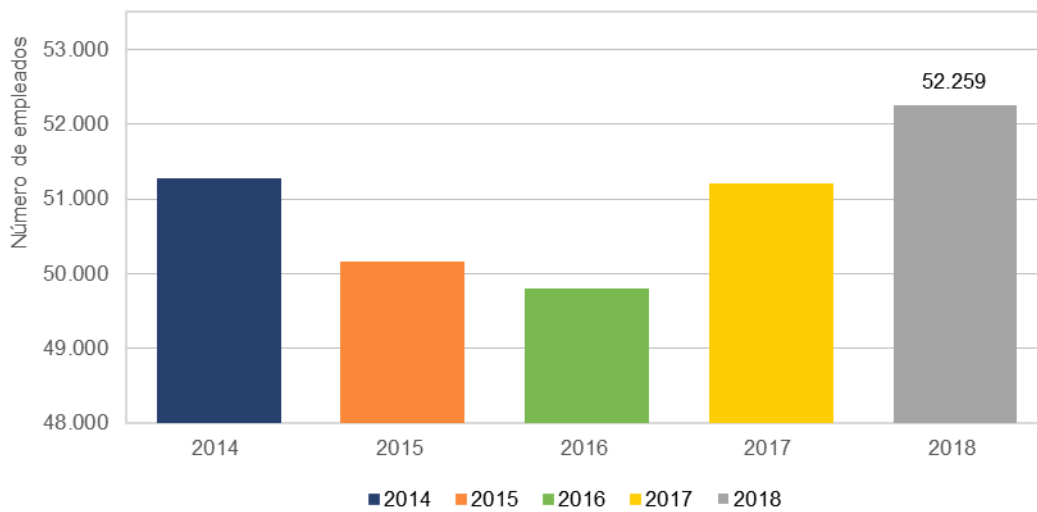
---

<sup>46</sup> Se ha elegido esta manera de hacerlo por ser el segmento SPT la actividad principal de este operador.

<sup>47</sup> Dato provisto por el operador. Metodología: FTE.



Gráfico 32. Evolución del número de empleados del Operador público por año (2014-2018).

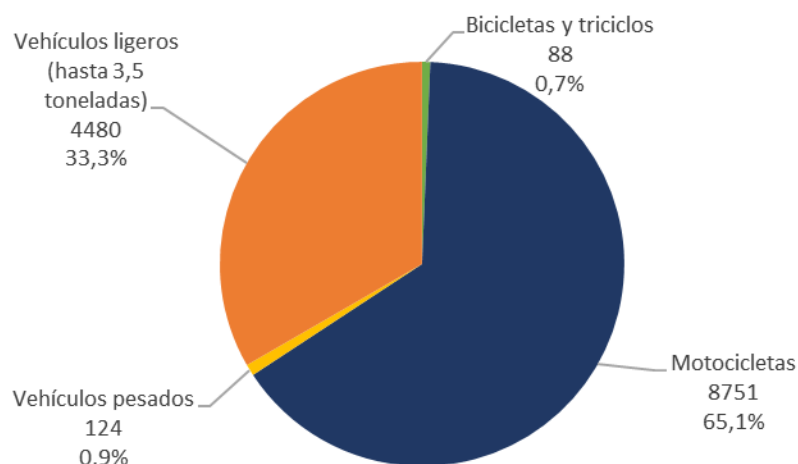


Fuente: Elaboración propia a partir de datos aportados por las empresas.

A pesar de que la distribución de los envíos en el segmento SPT se realiza fundamentalmente por personal de reparto a pie, otro de los principales recursos utilizados por los operadores postales son los vehículos. A este respecto se muestra la distribución de los mismos por tipología de vehículo.

Las motocicletas fueron el vehículo más utilizado por las empresas de este segmento hasta alcanzar las 8.751 (un 65,1% del total). La otra tipología destacada de vehículos son los vehículos ligeros hasta 3,5 toneladas, que sumaron 4.480 (un 33,3% del total).

Gráfico 33. Distribución de vehículos del segmento SPT por tipología de vehículo (2018).



Fuente: Elaboración propia a partir de datos aportados por las empresas.

En suma, en el segmento SPT a lo largo de 2018 disminuyeron los envíos un 11,4% mientras que los ingresos apenas lo hicieron en un 1,1%. El mercado se mantiene como un mercado fundamentalmente doméstico en el que, tanto por ingresos como por volumen, el principal producto sigue siendo la carta y el principal operador, el operador público.

Tabla 7. Principales indicadores del segmento SPT (2018)

Indicador		2018	△ 2017/2018
Ingresos y envíos	Ingresos	1.350,9 M€	-1,1 %
	Envíos	2.727,4 M	-11,4 %
	Ingreso unitario	0,50 €	+11,6 %
Distribución envíos por productos	Cartas/tarjetas postales	54,6%	-0,3 p.p.
	Publicidad directa y otras	9,7%	-0,5 p.p.
	Certificadas/Notificaciones	35,7%	+0,8 p.p.
Distribución envíos por origen y destino	Exportación	8,2%	-0,4 p.p.
	Importación	4,1%	-1,2 p.p.
	Nacional	87,7%	+1,6 p.p.
Cuotas de mercado por envíos	Concentración (C3)	97,92%	+0,4 p.p.
	Operador público	96,5%	+10,1 p.p.
	Resto de operadores	2,4%	-10,2 p.p.

\*p.p.: Puntos porcentuales

Fuente: Elaboración propia a partir de datos aportados por las empresas.

### V.3. Segmento CEP

#### V.3.1 Descripción de la oferta del segmento CEP

Los productos del segmento CEP son fundamentalmente los paquetes con valores añadidos. Sus características principales son las siguientes:

- Mayor peso que los productos del segmento SPT.
- Mayor tamaño que los productos del segmento SPT.
- Plazos de entrega cortos.
- Distribución mediante el uso de vehículos a motor<sup>48</sup>.
- Entrega en mano en el domicilio del destinatario o en las instalaciones del operador.
- Normalmente más de un intento de entrega.

Como ya se señaló al describir la oferta del segmento SPT, la paquetería distribuida por las redes de distribución postal tradicional posee

<sup>48</sup> Destacar que el uso de vehículos a motor se viene matizando en los últimos años por la dificultad que conlleva distribuir en el centro de las ciudades y por las normativas medioambientales que restringen el acceso de todos o parte de los vehículos a motor a esas zonas. Ello ha llevado a que se utilicen también las bicicletas y, en algunos casos, el reparto a pie bien desde una instalación física bien desde un vehículo ubicado en una zona concreta.

características que permitirían situarla tanto en el segmento SPT como en el segmento CEP. A los efectos de este informe se han incluido sus datos dentro del segmento CEP.

### V.3.2 Principales operadores del segmento CEP

En los indicadores que se presentan para el segmento CEP se han incluido 32 empresas que son las que han resultado de aplicar los criterios explicados al inicio de este capítulo. Las principales diferencias respecto a la muestra del año anterior son la desaparición de Halcourier, por cese de actividad, y de ASM y Redyser que se integraron en GLS tras su compra por esta.

Destacar que TNT, a pesar de haber sido comprada por FedEx en el año 2016, sigue operando en el mercado español con su propia marca. Por ese motivo se incluye en la muestra de forma diferenciada a FedEx.

La información se ha agrupado por tipología de operador. Así se han clasificado los operadores postales en función de su titularidad, estructura organizativa y ámbito territorial de actividad.




A continuación, figura una tabla resumen con las empresas de la muestra según esa clasificación.

Tabla 8. Principales operadores del segmento CEP (2018).

Tipo	Marca	Nombre
Integradores <sup>49</sup>		UPS
		DHL EXPRESS Y DHL PARCEL
		TNT
		FEDEX
Operador público (Correos y Correos Express)		CORREOS EXPRESS, S.A.
		SOCIEDAD ESTATAL CORREOS Y TELÉGRAFOS, S.A.
Redes de transporte urgente de ámbito nacional <sup>50</sup>		MRW
		SEUR
		TOURLINE
		NACEX

<sup>49</sup> Según la Decisión de la Comisión Europea de 30 de enero de 2013 se considera que un operador es integrador cuando dispone del pleno control operativo de la logística de los envíos, de origen a destino, incluido el transporte aéreo y suficiente cobertura geográfica a nivel mundial.

<sup>50</sup> Las redes de transporte urgente de ámbito nacional son un conjunto de empresas que operan bajo una marca en régimen de franquicia, agencia, colaboración, corresponsalía, cooperativa, filiales o vinculaciones jurídicas análogas de forma que pueden tener cobertura en todo el ámbito nacional mediante la creación de una red que es coordinada por una empresa central, cabecera o matriz.

		TIPSA
		ENVIALIA
		SENDING
		ZELERIS
Independientes <sup>51</sup>		GLS
		ICS
		GENERAL COURIER
		RAPID EXPRESS
		SPC COURIER
		FLR
		OVERSEAS
		MAY COURIER
Otros operadores SPT <sup>52</sup>	Empresas especializadas en el segmento SPT pero que también prestan servicios en el segmento CEP (9)	

Fuente: Elaboración propia.

### V.3.3. Indicadores del segmento CEP<sup>53</sup>

#### V.3.3.1. Cifra de negocios del segmento CEP

En este punto conviene hacer una aclaración que ayude a interpretar los datos que se van a ir viendo y, en concreto, los importantes aumentos en los ingresos de los operadores postales del segmento CEP.

La muestra de empresas del segmento CEP se compone en buena medida de operadores postales que operan mediante una red de franquicias, colaboradores, agentes, corresponsales y vinculaciones similares. Muy resumidamente, este tipo de organización empresarial se estructura en torno a una empresa central, cabecera o matriz, que organiza la red a nivel nacional, y un conjunto de empresas muy numeroso que operan en un área geográfica concreta y que son las que dan capilaridad a la red coordinada por la empresa central, cabecera o matriz.

Para evitar cargas administrativas, los datos de este tipo de empresas se facilitan a la CNMC por parte de sus empresas matrices o centrales. Como

<sup>51</sup> Los operadores independientes son aquellos operadores que actúan de forma independiente en el mercado sin pertenencia a ninguna red de franquicias o colaboradores.

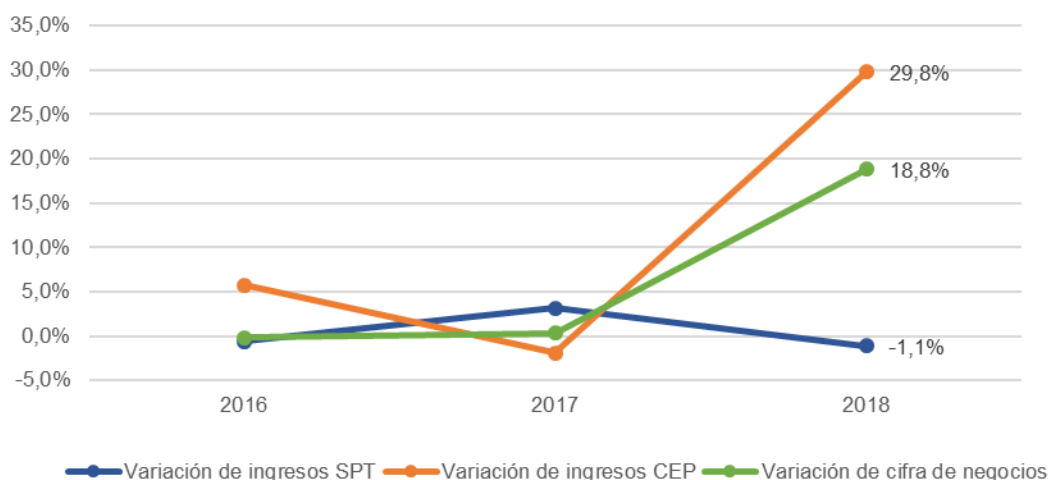
<sup>52</sup> Son operadores cuya actividad fundamental se encuentra en el segmento SPT pero que también tienen presencia en el segmento CEP.

<sup>53</sup> Los datos están actualizados a 30 de septiembre de 2019, fecha de validación definitiva de los datos facilitados por los operadores postales.

novedad en este ejercicio, el alcance de los datos así proporcionados abarca tanto los envíos como los ingresos de la red<sup>54</sup>.

Teniendo en cuenta lo anterior, señalar que en el año 2018 se produjo un fuerte aumento de la cifra de negocios en el segmento CEP, un 18,8% hasta alcanzar los 5.841,8 millones de euros. En el gráfico se muestra claramente como ese fuerte aumento es debido a los ingresos CEP puesto que los ingresos SPT disminuyeron un 1,1% en 2018.

Gráfico 34. Variación de la cifra de negocios de los principales operadores segmento CEP por año y tipo de ingreso (2016-2018).



Fuente: Elaboración propia a partir de datos aportados por las empresas.

A continuación, se presentan las cifras de negocios de las diferentes tipologías de operador incluidas en este informe.

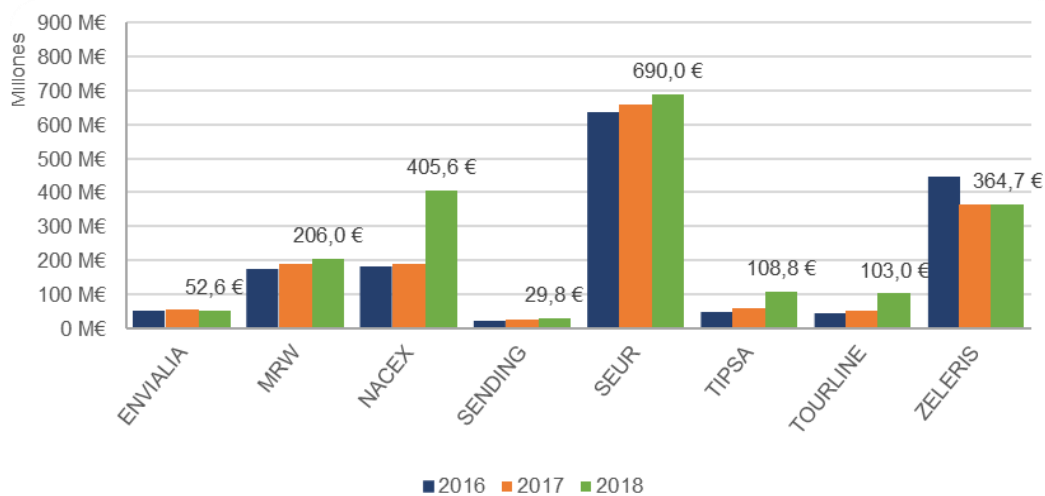
La primera es la del operador público. En este apartado se considera operador público tanto Correos como Correos Express, puesto que las dos empresas prestan servicios en el segmento CEP (a diferencia del segmento SPT donde Correos Express no tiene presencia). Estas dos sociedades pertenecientes al mismo grupo empresarial alcanzaron los 2.023,6 millones de euros en el año 2018<sup>55</sup>. Esta cifra supuso un aumento del 9,5% respecto a 2017.

En cuanto a las redes de transporte urgente de ámbito nacional, todas han aumentado su cifra de negocios excepto Enviaia y Zeleris que han tenido descensos del 2,5% y 0,4% respectivamente.

<sup>54</sup> Los ingresos reflejados incluyen por tanto los propios de la empresa central, cabecera o matriz, así como una estimación de los del conjunto de las empresas de su red.

<sup>55</sup> No hay que olvidar que la inclusión de Correos en esta tipología hace que arrastre la cifra de negocios SPT que es su principal fuente de ingresos.

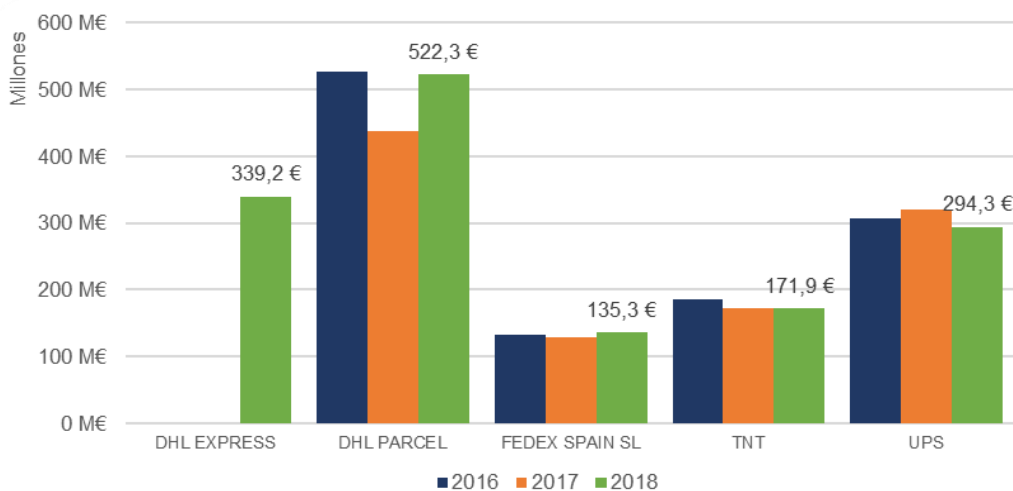
Gráfico 35. Evolución de la cifra de negocios de las redes de transporte urgente de ámbito nacional en el segmento CEP por año (2016-2018).



Fuente: Elaboración propia a partir de datos aportados por las empresas.

En las integradoras hay que destacar la inclusión por primera vez de DHL Express en la muestra con 339,2 millones de euros en 2018.

Gráfico 36. Evolución de la cifra de negocios de las integradoras en el segmento CEP por año (2016-2018).

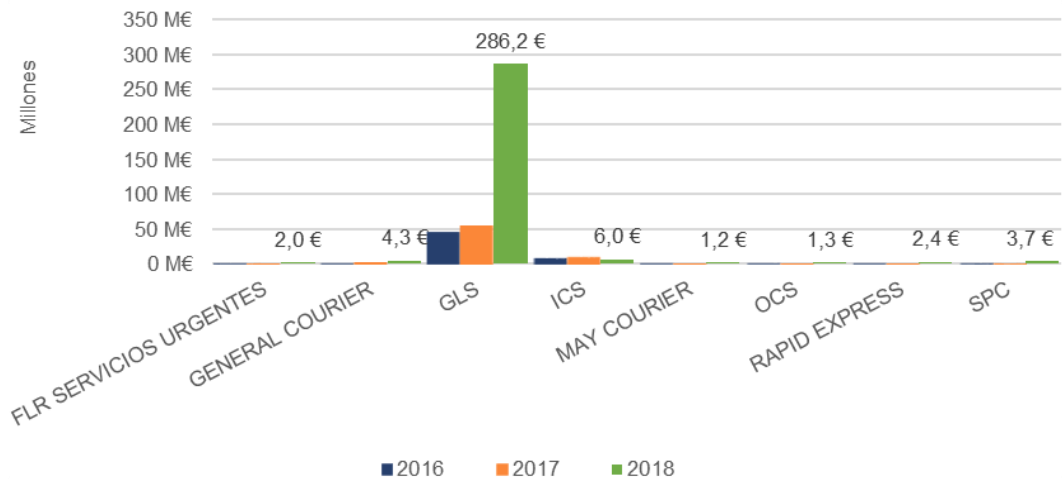


Fuente: Elaboración propia a partir de datos aportados por las empresas.

Entre los operadores independientes se aprecian fuertes descensos en la cifra de negocios de ICS y OCS y aumentos en el resto de empresas. El fuerte aumento de la cifra de negocios de GLS hay que observarlo a la vista de las compras que hizo esta empresa de ASM y Redyser<sup>56</sup> y de las estimaciones del conjunto de la red que ha realizado GLS.

<sup>56</sup> Para poder hacerse una idea de la magnitud que supone la compra de esas dos empresas, en 2017 la cifra de negocios de las dos alcanzó los 174,0 millones de euros.

Gráfico 37. Evolución de la cifra de negocios de los operadores independientes en el segmento CEP por año (2016-2018).

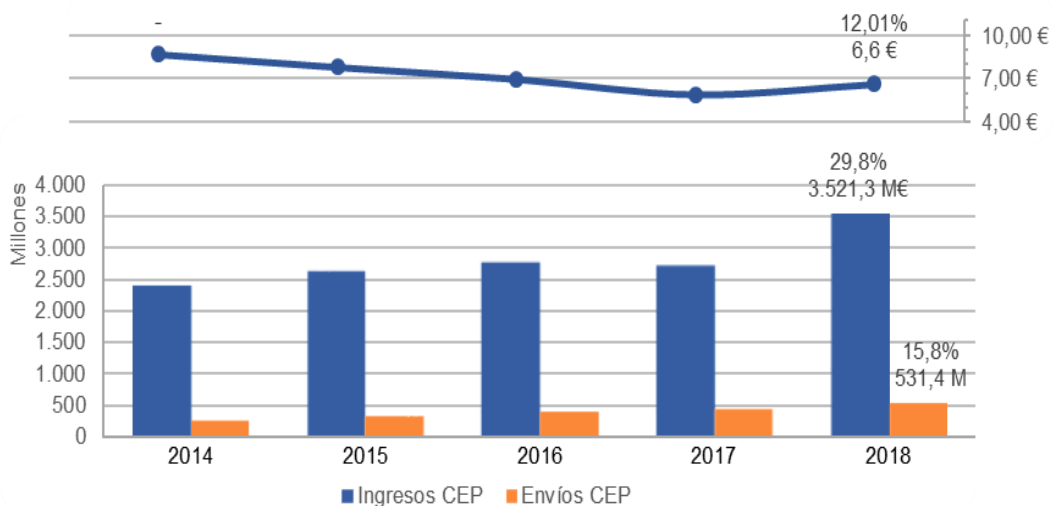


Fuente: Elaboración propia a partir de datos aportados por las empresas.

### V.3.3.2. Ingresos y envíos del segmento CEP

En 2018 los envíos del segmento CEP llegaron hasta los 531,4 millones, aumentando un 15,8%, mientras que los ingresos crecieron un 29,9% hasta alcanzar los 3.521,3 millones de euros.

Gráfico 38. Evolución de los ingresos, envíos e ingreso unitario del segmento CEP por año (2014-2018).



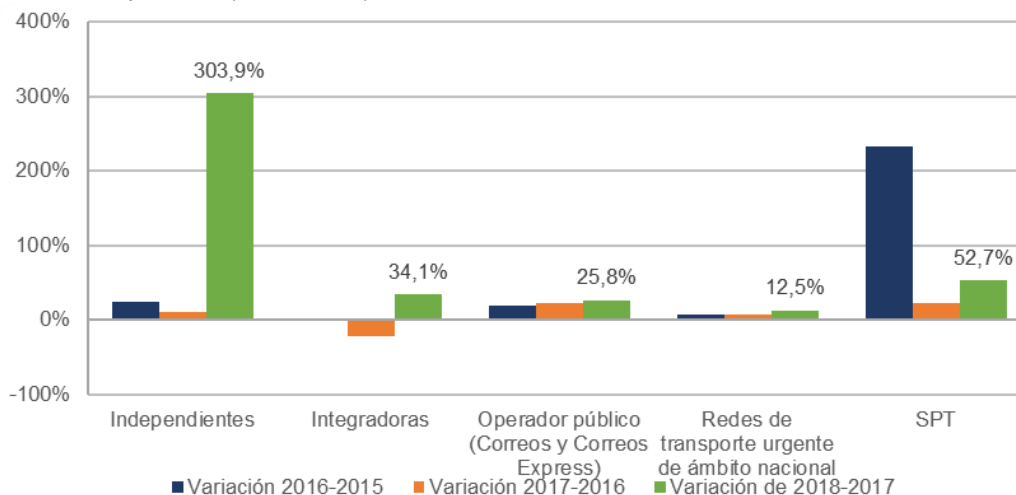
Fuente: Elaboración propia a partir de datos aportados por las empresas.

Una vez visto el comportamiento global del segmento CEP, se puede observar el particular de cada tipología. En cuanto a ingresos, nuevamente destaca el fuerte incremento de los operadores independientes. Este caso se explica porque los ingresos de AMS y Redyser, al ser compradas por

GLS, pasaron de computar en la tipología “Redes de transporte urgente de ámbito nacional” en la que ambas estaban en 2017, a computar en la tipología “Independientes” en 2018, en la que está GLS.

Por otro lado, resaltan los aumentos del 52,7% y del 34,1% de otros operadores SPT y de las integradoras.

Gráfico 39. Tasa de variación de los ingresos del segmento CEP por año y tipología de operador (2016-2018).



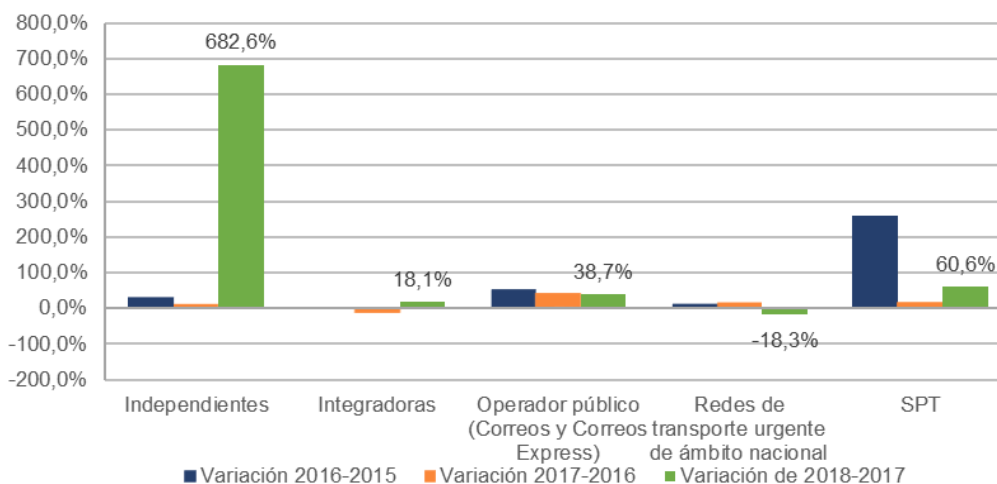
Fuente: Elaboración propia a partir de datos aportados por las empresas.

En cuanto a los envíos, dejando nuevamente al margen el fuerte incremento de GLS dentro de los operadores independientes, destacan los aumentos del 60,6% de los operadores SPT y del 38,7% del operador público. En el lado de los descensos, las redes de transporte urgente de ámbito nacional disminuyeron un 18,3% pero hay que tener en cuenta que se debe a que en 2018 los envíos de ASM y Redyser dejaron de computar en esta tipología por la compra de ambas por GLS<sup>57</sup>.

<sup>57</sup> Como referencia, ASM tuvo 43,8 millones de envíos y Redyser 9,7 millones de envíos. Eso suma 53,5 millones de envíos cuando la tipología disminuyó 45,8 millones de envíos. En definitiva, la exclusión de estas dos empresas de la tipología redes de transporte urgente de ámbito nacional explica toda la disminución de la variación interanual de envíos.



Gráfico 40. Tasa de variación de los envíos del segmento CEP por año y tipología de operador (2016-2018).



Fuente: Elaboración propia a partir de datos aportados por las empresas.

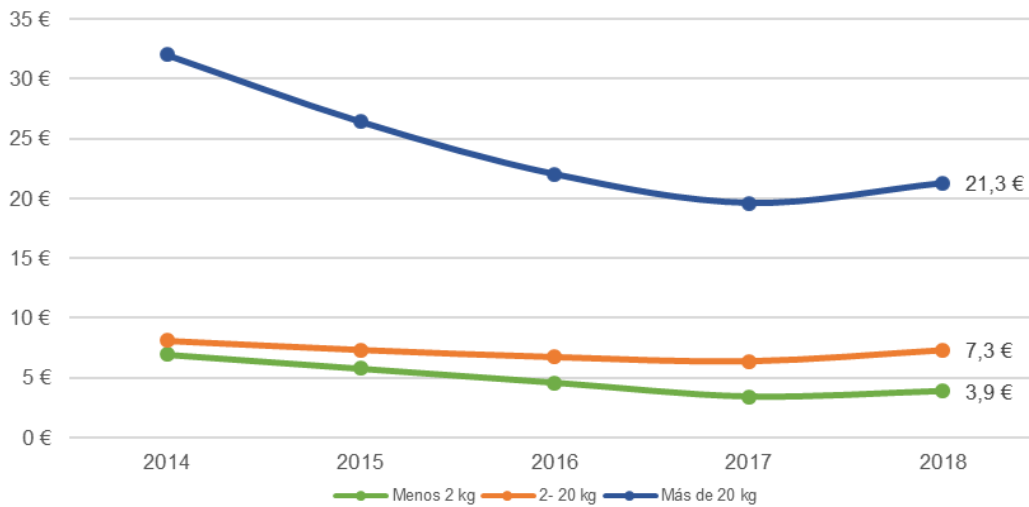
A continuación se analiza el comportamiento del ingreso unitario por tipo de producto<sup>58</sup>.

El ingreso unitario en el segmento CEP venía teniendo una paulatina disminución hasta el año 2018, donde sube en todos los tramos de peso. Sin embargo, nuevamente hay que tener en cuenta la inclusión de los ingresos de toda la red en los casos de este tipo de empresas. Al ampliarse el ámbito de los ingresos sin variarse el ámbito de los envíos medidos, el ingreso unitario aumenta solo por este efecto.

El ingreso unitario de los envíos de más de 20 kilos quedó en los 21,3 euros, el ingreso unitario de los envíos entre 2 y 20 kilos en los 7,3 euros y el ingreso unitario de los envíos hasta 2 kilos en 3,9 euros.

<sup>58</sup> A diferencia del segmento SPT donde, dejando a un lado los nombres comerciales, los productos están bastante estandarizados (cartas, tarjetas postales, notificaciones...), en el segmento CEP la variedad de productos es mucho mayor entre los diferentes operadores. De ahí que se opte por clasificarlos por peso a la hora de diferenciarlos.

Gráfico 41. Evolución del ingreso unitario del segmento CEP por año y tipo de producto (2014-2018)<sup>59</sup>.

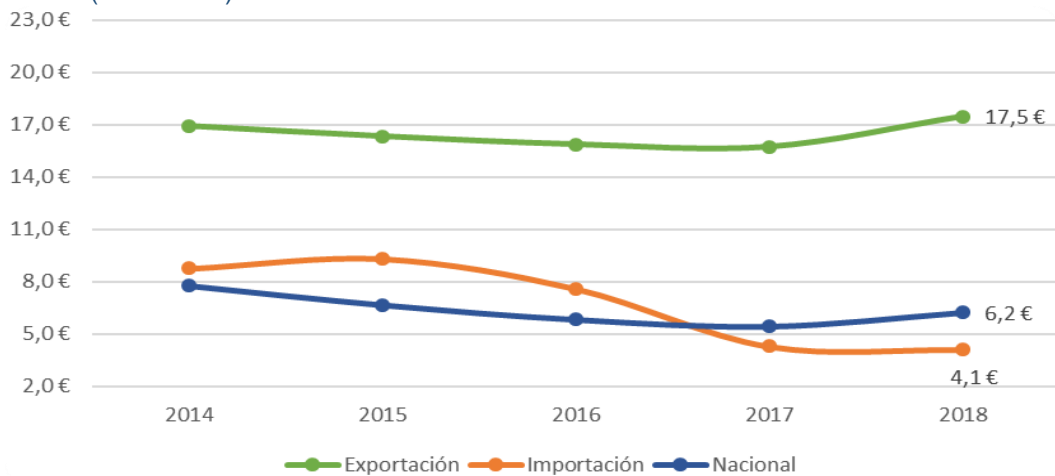


Fuente: Elaboración propia a partir de datos aportados por las empresas.

Lo mismo ocurre si se calculan los ingresos unitarios por origen y destino de los envíos. El ingreso unitario aumenta en los envíos nacionales hasta los 6,2 euros y en los de exportación hasta los 17,5 euros. Por su parte, los ingresos unitarios por importación disminuyen desde los 4,3 euros de 2017 a los 4,1 euros de 2018. Este diferente comportamiento se debe a que, en las empresas estructuradas en una red de franquicias, agencias, colaboradores (etc), los envíos de importación son gestionados por las empresas centrales, cabeceras o matrices. Por lo tanto, los ingresos de importación ya se venían facilitando en años anteriores y las estimaciones de los ingresos de la red no han influido en estos cálculos.

<sup>59</sup> El ingreso unitario por producto del año 2014 ha sido calculado utilizando estimaciones. La razón es que el sistema de recogida de información en años anteriores a 2015 difería respecto al sistema aplicado desde entonces. Las estimaciones se han realizado proyectando a los años 2013 y 2014 las tasas de variación de los años 2015, 2016 y 2017

Gráfico 42. Evolución del ingreso unitario del segmento CEP por año y origen/destino (2014-2018).



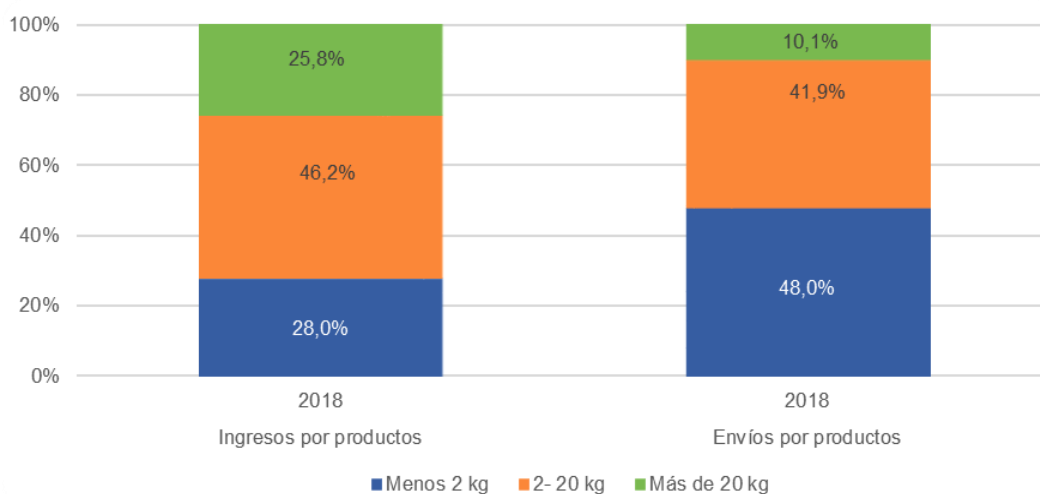
Fuente: Elaboración propia a partir de datos aportados por las empresas.

### V.3.3.3. Distribución de ingresos y envíos del segmento CEP por productos y por flujo

Observando en primer lugar desde el punto de vista de producto, el mayor volumen de ingresos en el año 2018 provino de los envíos entre 2 y 20 kilos al representar el 46,2% del total. Los envíos de menos de 2 kilos representaron el 28,0% y los envíos de más de 20 kilos el 25,8%.

Sin embargo, desde el punto de vista de los envíos el mayor número de estos pesaban hasta 2 kilos (un 48,0%) seguidos de los envíos entre 2 y 20 kilos (un 41,9%) y la menor proporción fue para los envíos de más de 20 kilos (un 10,1%).

Gráfico 43. Distribución de los ingresos y envíos del segmento CEP por año y tipo de producto (2018).

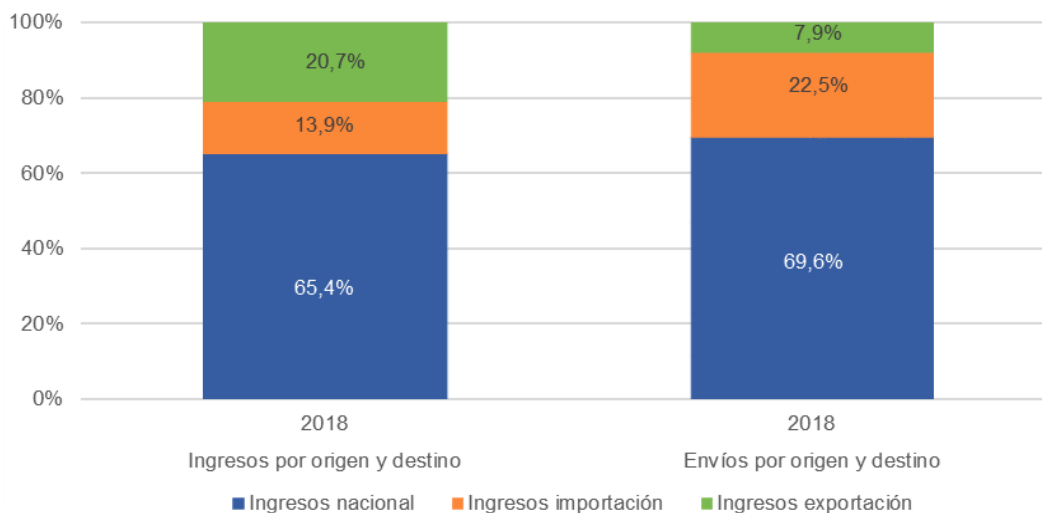


Fuente: Elaboración propia a partir de datos aportados por las empresas.

Si se analiza la perspectiva del origen y destino de los envíos, en el año 2018 el 65,4% de los ingresos fueron generados por los envíos de ámbito nacional. A continuación, figuran los ingresos por envíos de importación con un 20,7% y, finalmente, los ingresos por envíos de exportación con un 13,9%. A pesar de que el mercado español sigue muy orientado a los envíos nacionales, hay que destacar que el peso de los ingresos por envíos de importación ha crecido los últimos 5 años (en 2018 dos puntos y medio).

Similares pesos relativos se alcanzan en la distribución por origen de los envíos en 2018. De esta forma, los envíos nacionales representaron el 69,6%, los de importación el 22,5% y los de exportación el 7,9%.

Gráfico 44. Distribución de los ingresos y envíos del segmento CEP por año y origen/destino (2018).

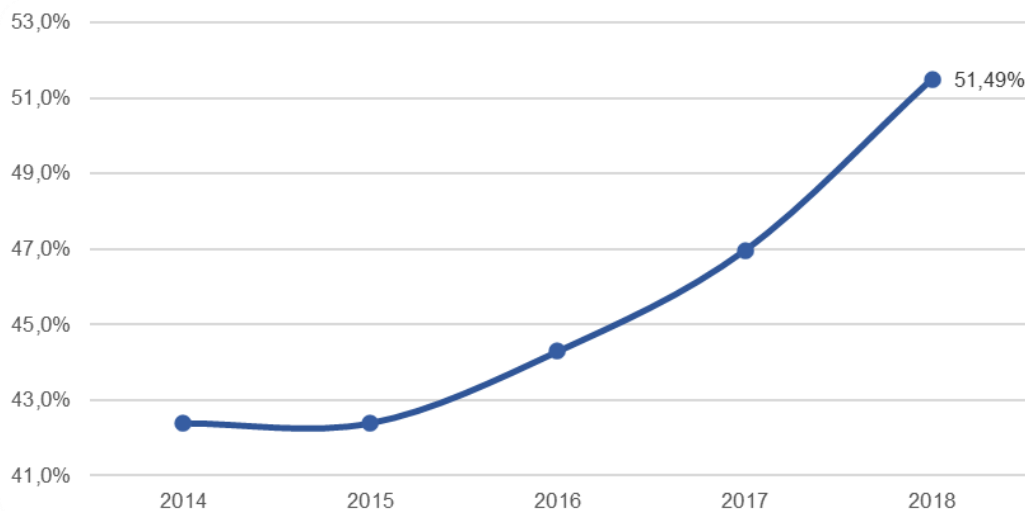


Fuente: Elaboración propia a partir de datos aportados por las empresas.

#### V.3.3.4. Cuotas de mercado del segmento CEP

Para ver cómo evoluciona el nivel de concentración en el segmento CEP se utiliza el criterio de sumar la cuota de mercado de las tres empresas con mayor volumen de envíos. Esa magnitud no ha dejado de crecer en los últimos 5 años. Especialmente relevante es el incremento del último año donde pasó del 46,96% del año 2017 hasta el 51,49% del año 2018.

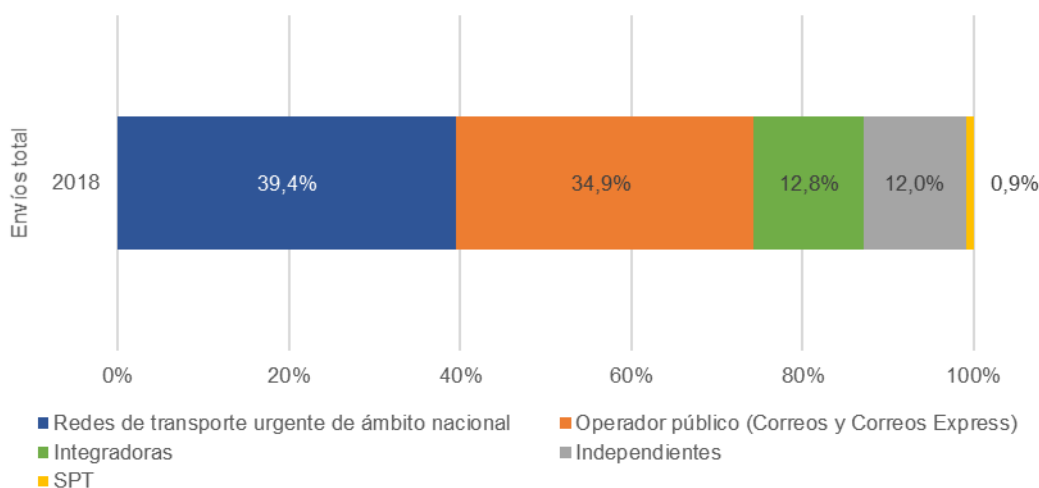
Gráfico 45. Concentración (C3) en el segmento CEP por año y los 3 operadores con mayor número de envíos (2014-2018).



Fuente: Elaboración propia a partir de datos aportados por las empresas.

Descendiendo al nivel de tipología de empresa, en el año 2018 las redes de transporte urgente de ámbito nacional alcanzaron el 39,4% de los envíos seguidas de cerca por el 34,9% de los envíos que representó el operador público. El resto de los envíos se repartió entre los 12,8% de las integradoras y el 12,9% del resto de operadores de este segmento.

Gráfico 46. Cuotas de mercado del segmento CEP en envíos totales por año y tipología de operador (2018).

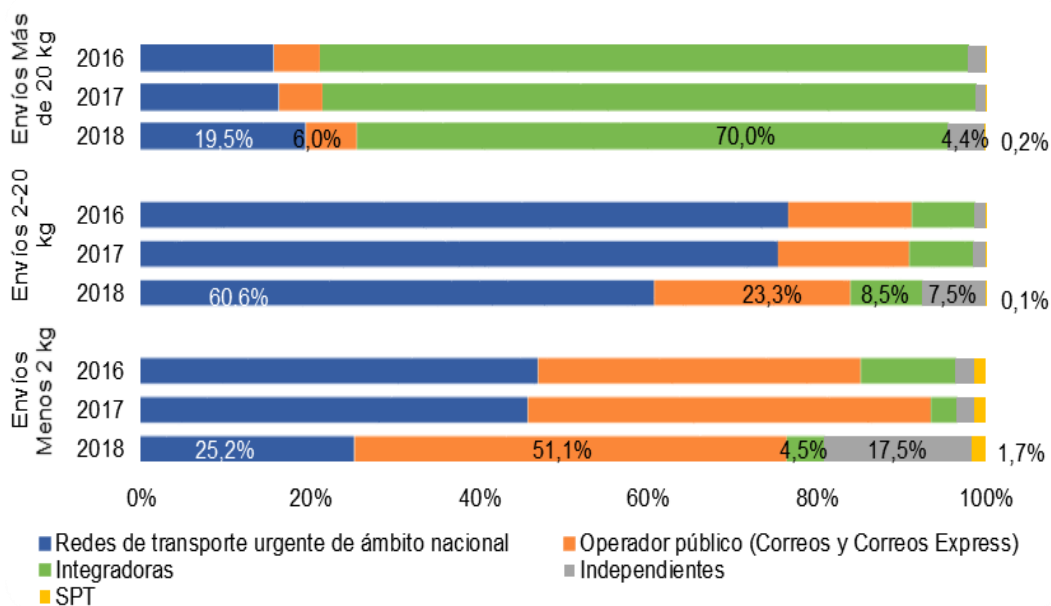


Fuente: Elaboración propia a partir de datos aportados por las empresas.

Teniendo en cuenta el tipo de producto, se aprecia que la relevancia del tipo de operador postal varía. Así, en los envíos de menos de 2 kilos, el mayor porcentaje de envíos es para el operador público con un 51,1%, seguido de las redes de transporte urgente de ámbito nacional, con un

25,2%. Sin embargo, en el tramo de envíos entre 2 y 20 kilos son las redes de transporte urgente de ámbito nacional las que predominan con un 60,6% del total, seguidas del 23,3% del operador público. Por último, en el tramo de envíos de más de 20 kilos, son las integradoras las que acaparan el 70,0% de los envíos, seguidas por las redes de transporte urgente nacional con el 19,5% de los mismos.

Gráfico 47. Cuotas de mercado del segmento CEP en envíos totales por año y producto (2016-2018).

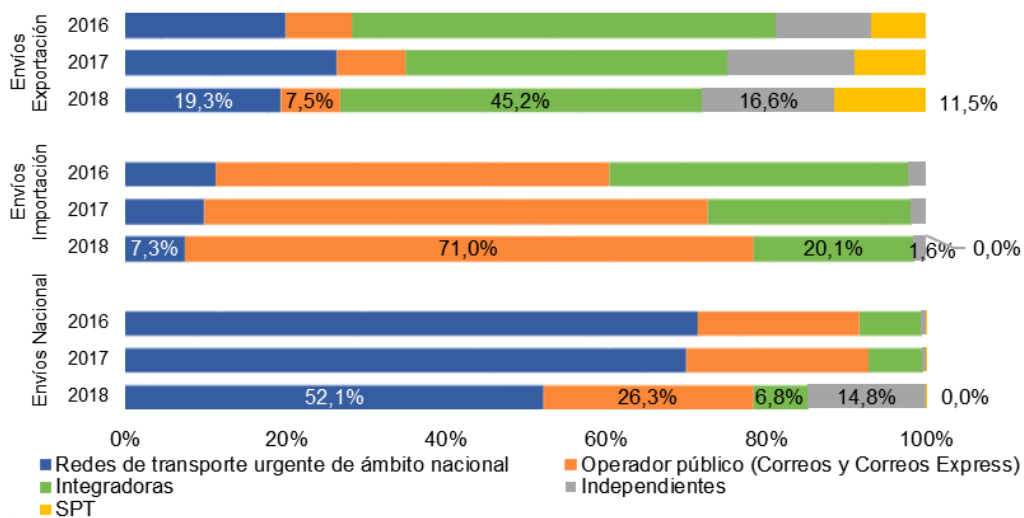


Fuente: Elaboración propia a partir de datos aportados por las empresas.

Siguiendo la metodología de apartados anteriores, ahora se presentan las cuotas de mercado desde el punto de vista del origen y destino de los envíos.

Al igual que ocurría desde el punto de vista de producto, también en este caso las cuotas de mercado varían mucho según el ámbito que se observe. En la exportación predominan las integradoras, con un 45,2% del total de envíos, mientras que en importación destaca el 71,0% de envíos que tiene el operador público. En el ámbito predominante en nuestro mercado, el nacional, la mayor presencia es la de las redes de transporte urgente de ámbito nacional con un 52,1% de los envíos.

Gráfico 48. Cuotas de mercado del segmento CEP en envíos según origen/destino por año y tipología de operador (2016-2018).

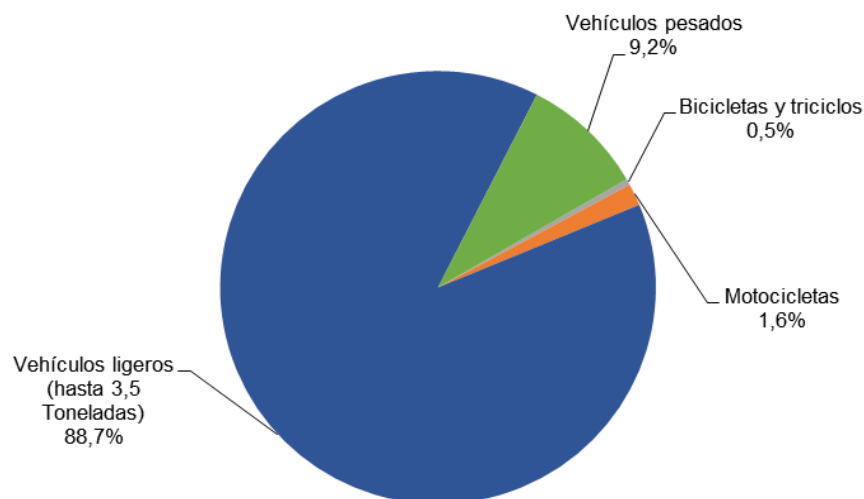


Fuente: Elaboración propia a partir de datos aportados por las empresas.

### V.3.3.5. Recursos del segmento CEP

En el año 2018, la mayor proporción de vehículos en el segmento CEP la tuvieron los vehículos ligeros de hasta 3,5 toneladas. Alcanzaron el 88,7% del total. Le siguen los vehículos pesados con un 9,2% y las motocicletas con un 1,6%.

Gráfico 49. Distribución de vehículos del segmento CEP por tipología de operador (2018).



Fuente: Elaboración propia a partir de datos aportados por las empresas.

El segmento CEP se ha caracterizado por tanto en 2018 por el fuerte incremento tanto de los envíos como de los ingresos. El ingreso medio también ha seguido la senda alcista afectando a todo el abanico de productos si bien, por origen de los flujos, destaca la ligera caída registrada por el ingreso medio de los envíos de importación. En este segmento predominan por tipo de producto los de menor peso en términos de volumen (48%), si bien pierden importancia en favor de los de peso intermedio en términos de ingresos (46,2%). El operador principal viene siendo el grupo público, aunque los otros operadores alcanzan cuotas de mercado significativas para los productos de entre 2 y 20 kg (las redes de transporte urgente copan el 52,1% del total de estos envíos) y en el caso de la exportación (las integradoras alcanzan el 45,2% del total de estos envíos). El mercado sigue siendo un mercado básicamente nacional.

Tabla 9. Principales indicadores del segmento CEP (2018)

Indicador		2018	△ 2017/2018
<b>Ingresos y envíos</b>	Ingresos	3.521,3 M€	+29,8 %
	Envíos	531,4 M	+15,8 %
	Ingreso unitario	6,6 €	+12,0 %
<b>Distribución envíos por productos</b>	Menos de 2 kg.	48,0%	+2,4 p.p.
	2-20 kg.	41,9%	-2,6 p.p.
	Más de 20 kg.	10,1%	+0,1 p.p.
<b>Distribución envíos por origen y destino</b>	Exportación	7,9%	+1,0 p.p.
	Importación	22,5%	+4,2 p.p.
	Nacional	69,6%	-5,2 p.p.
<b>Cuotas de mercado por envíos</b>	Concentración (C3)	51,49%	+4,5 p.p.
	Redes de transporte urgente	39,4%	-16,4 p.p.
	Operador público	34,9%	+5,7 p.p.
	Integradoras	12,8%	+0,2 p.p.
	Resto operadores	12,9%	+10,5 p.p.

\*p.p.: Puntos porcentuales

Fuente: Elaboración propia a partir de datos aportados por las empresas.



## VI. USO DE LOS SERVICIOS POSTALES Y COMERCIO ELECTRÓNICO

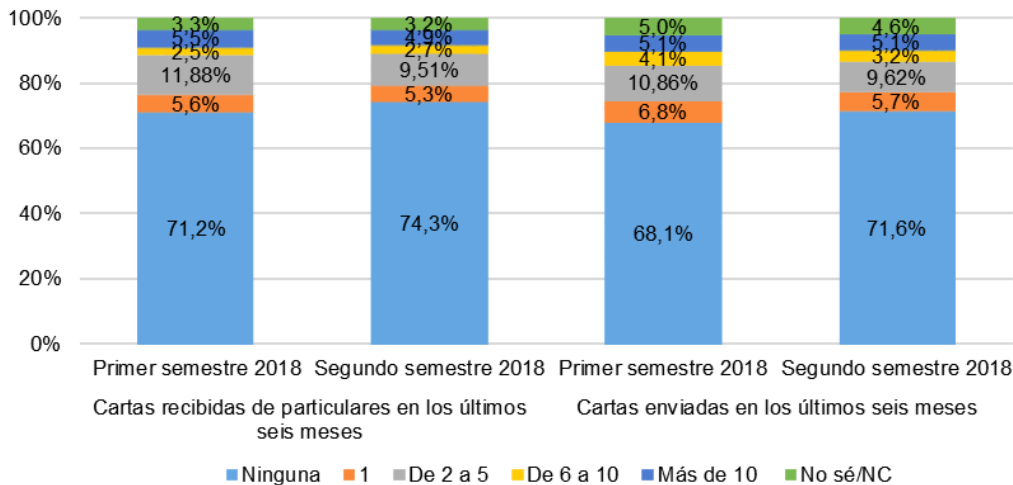
El siguiente bloque ha sido elaborado con información extraída del portal público de carácter estadístico: CNMC Data<sup>60</sup>. Dentro de ese portal los informes que se han utilizado son el panel de hogares y el de comercio electrónico.

### VI.1. Indicadores del uso de los servicios postales y comercio electrónico<sup>61</sup>

#### VI.1.1. Servicios postales

El primer aspecto que se va a analizar en este apartado son las cartas enviadas y recibidas por los particulares. Se han incrementado los porcentajes de personas que no han recibido y/o enviado este tipo de correspondencia. En concreto, el 74,3% de personas declararon que no recibieron ninguna carta en el segundo semestre del año 2018 y el 71,6% no había enviado ninguna carta en ese mismo periodo. En los últimos años la tendencia ha sido similar, en los años 2016 y 2017 los valores se han movido entre 68,8% y 73,4%.

Gráfico 50. Porcentaje de personas que recibieron o enviaron cartas con origen o destino en un particular en los seis meses anteriores (2018).



Fuente: Panel de hogares de la CNMC.

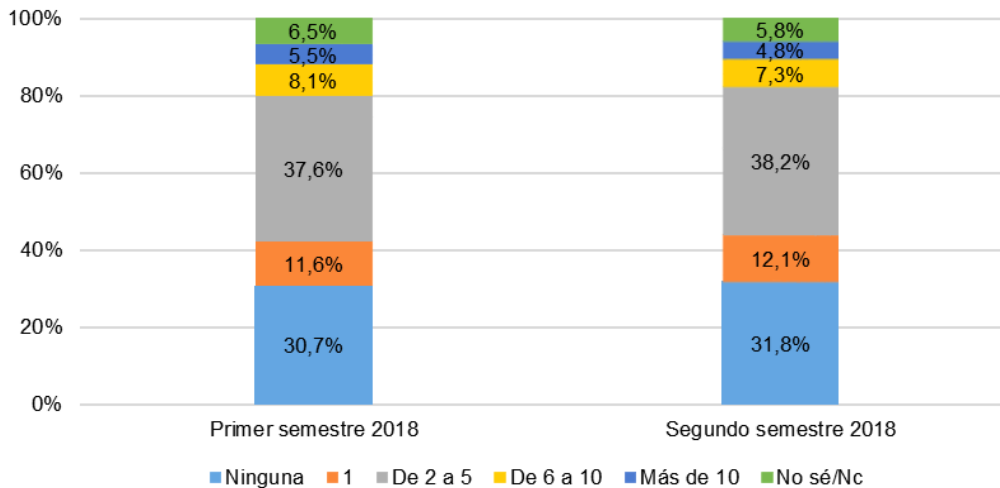
Si en el ámbito de las cartas entre particulares predominan las personas que no intercambiaban cartas, en el caso de las cartas con origen en empresas o suministradores de servicios parece que todavía las cartas cumplen una función importante. Así, más del 60% de los encuestados

<sup>60</sup> <http://data.cnmc.es/datagraph/>.

<sup>61</sup> Los datos están actualizados a 12 de julio de 2019, fecha de publicación del último dato utilizado en este informe.

manifestaron que habían recibido cartas de estos remitentes tanto en el primer semestre de 2018 como en el segundo. En los años 2016 y 2017 se han movido igualmente en valores cercanos al 60%.

Gráfico 51. Porcentaje de personas que recibieron cartas de empresas o suministradores de servicios mensualmente (2018).



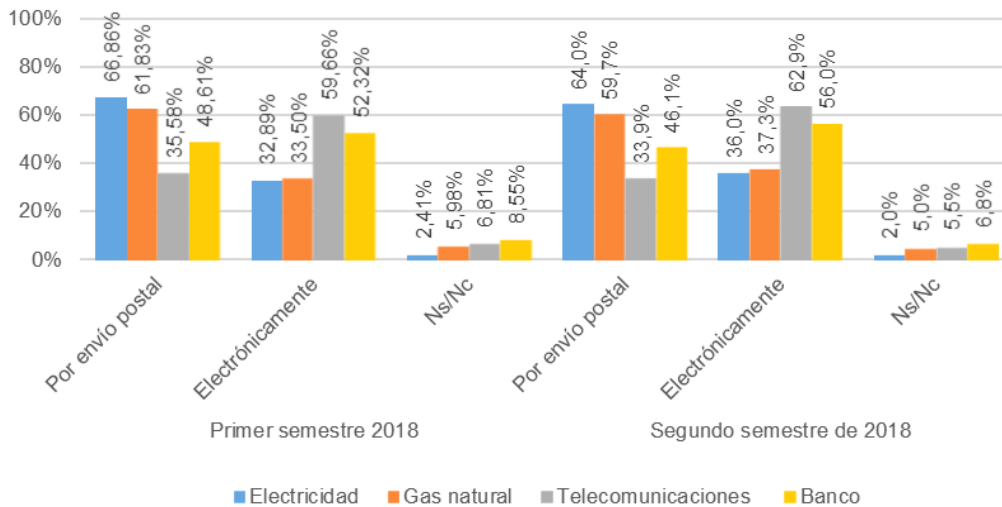
Fuente: Panel de hogares de la CNMC.

El intercambio más habitual entre los particulares y este tipo de remitentes es la factura del servicio prestado. Por eso resulta oportuno revisar los sistemas de envío que están usando los suministradores de servicios para hacer llegar la facturación de los mismos a sus clientes. Aquí se contrapone el tradicional envío postal con el envío por medios electrónicos y destaca la diferencia que hay entre los suministradores de servicios de telecomunicaciones y bancos frente a los suministradores de energía (electricidad y gas natural).

Mientras los suministradores de telecomunicaciones y bancos están usando en mayor medida los medios de envío electrónicos, los suministradores de electricidad y gas natural optan principalmente por el envío postal.

La tendencia en favor de la recepción electrónica viene produciéndose también en los años anteriores, todas y cada una de las mediciones han reflejado reducción de las facturas en papel con envío postal y aumento de las facturas con recepción electrónica.

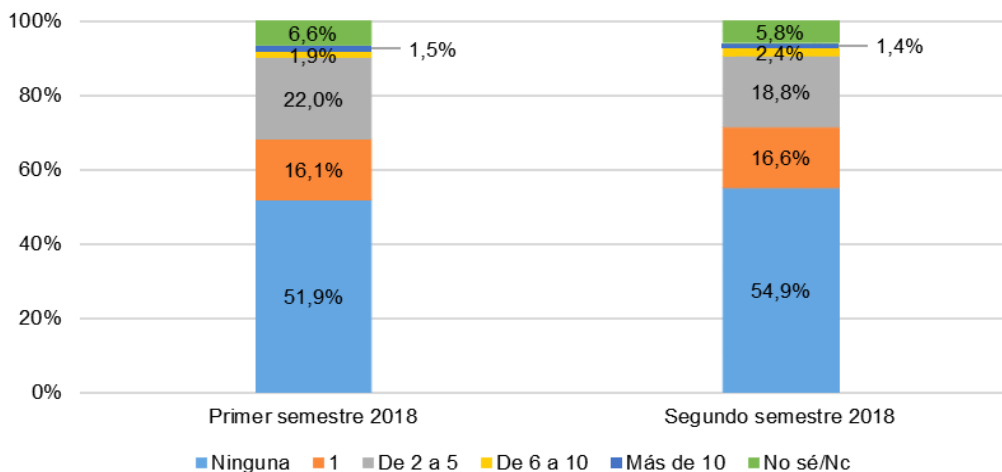
Gráfico 52. Porcentaje de hogares por tipo de factura recibida (2018).



Fuente: Panel de hogares de la CNMC

Por otro lado, a la vista de los datos que siguen, las notificaciones administrativas en formato físico se están reduciendo. Más de la mitad de los encuestados manifestaron en los dos semestres de 2018 que no habían recibido ninguna notificación administrativa<sup>62</sup>. Exceptuando el primer semestre de 2016 (con un 49,4%), durante 2016 y 2017 también más de la mitad de los encuestados respondieron no haber recibido ninguna.

Gráfico 53. Porcentaje de personas que recibieron notificaciones administrativas en los seis meses anteriores (2018).



Fuente: Panel de hogares de la CNMC.

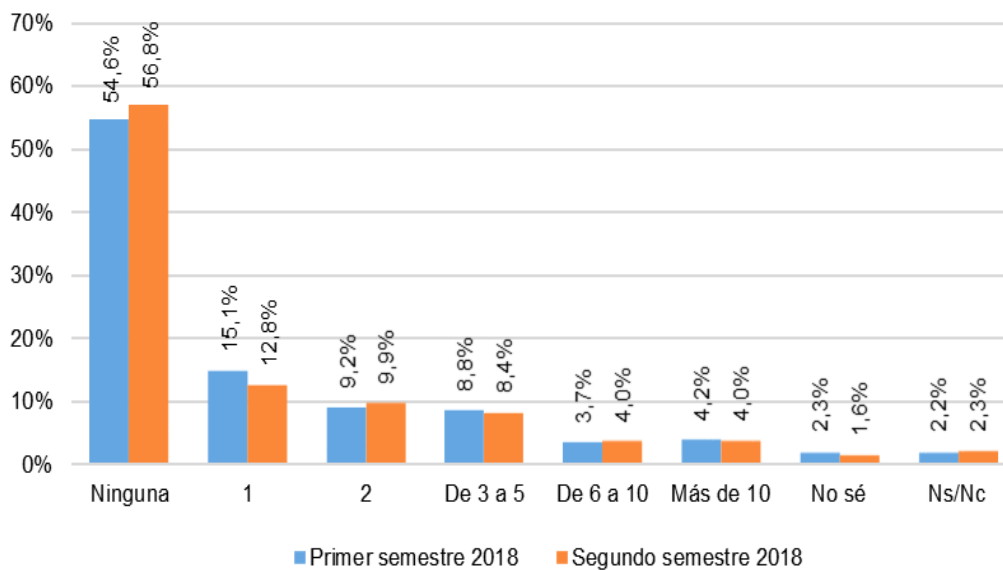
Por lo que se refiere al recurso a las oficinas postales, lo primero que destaca es que, aproximadamente, el 55% de las personas encuestadas

<sup>62</sup> Conviene recordar que lo que se pregunta es si se han recibido notificaciones administrativas por vía postal. El que se responda ninguna a esa pregunta no supone que no se hayan recibido notificaciones administrativas por vía telemática.

no visitaron ninguna oficina postal durante 2018. De las personas que sí que realizaron una visita durante los dos semestres de 2018, aproximadamente la mitad manifestaron haber realizado entre 1 y 2 visitas.

Por lo tanto, son mayoría las personas que no necesitan de los servicios de una oficina postal y, dentro de las personas que sí los necesitan, requieren pocas visitas. En tendencia, en los últimos tres años, el porcentaje de personas que no realizaron ninguna visita a una oficina postal no ha hecho sino aumentar.

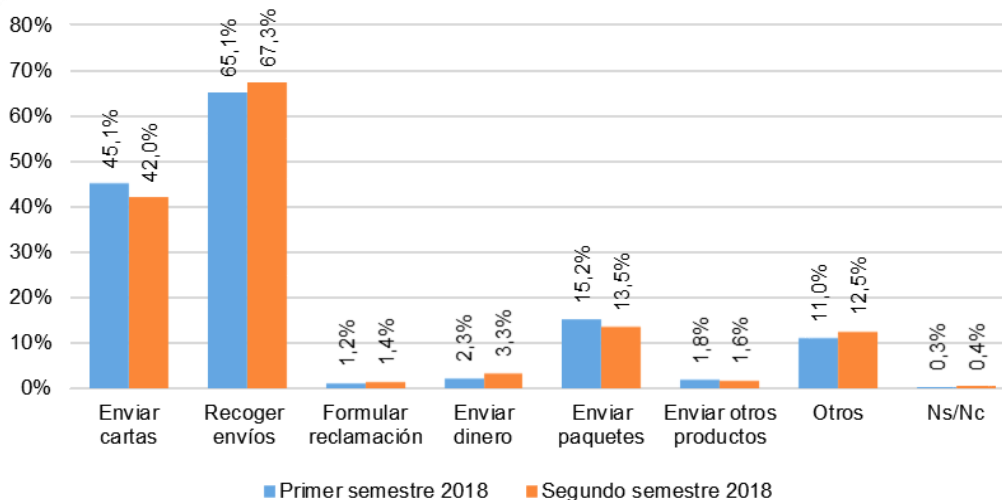
Gráfico 54. Número de visitas a oficinas postales en los seis meses anteriores (2018).



Fuente: Panel de hogares de la CNMC.

Los motivos principales para acudir a una oficina postal son el envío de cartas y de paquetes, así como la recogida de envíos. Sin embargo, hay que tener en cuenta la diferente evolución que han tenido estos motivos. Mientras que el envío de cartas se ha ido reduciendo desde el 46,0% del primer semestre de 2016 hasta el 42,0% del segundo semestre de 2018, la recogida de envíos ha ido aumentando desde el 60,7% del primer semestre de 2016 hasta el 67,3% del segundo semestre de 2018.

Gráfico 55. Motivo de la visita a una oficina postal en los seis meses anteriores (2018).

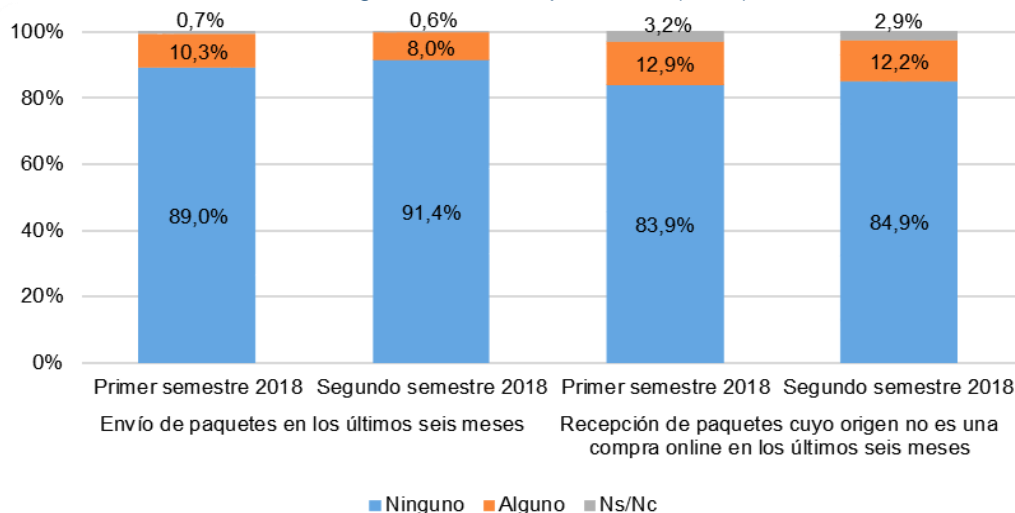


Fuente: Panel de hogares de la CNMC.

Por lo que se refiere a los paquetes, en una primera aproximación se puede observar cómo cerca del 10% de encuestados enviaron algún paquete cuyo origen no fuera una compra online y sobre un 12% lo recibieron.

Como se ha visto en los apartados dedicados al mercado postal, los paquetes son el producto postal que más está aumentando. En el siguiente gráfico se puede ver como ese aumento no proviene del tráfico entre particulares, sino del comercio online puesto que más del 80% de los encuestados no envió ni recibió ningún paquete que no tuviera origen en una compra online. Los datos apenas han variado desde 2016 en ambos aspectos.

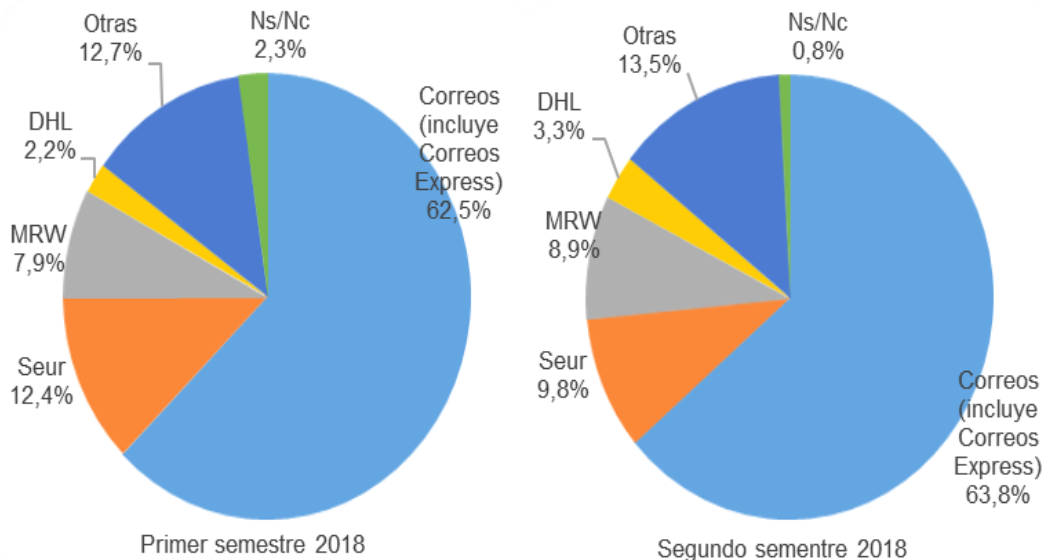
Gráfico 56. Porcentaje de personas que enviaron o recibieron paquetes en los seis meses anteriores sin origen en una compra online (2018).



Fuente: Panel de hogares de la CNMC.

El operador postal más usado por los particulares que enviaron paquetes durante 2018 fue Correos (los datos incluyen a dos empresas del grupo: Correos y Telégrafos y Correos Express). Más del 60% optaron por ese operador. Las siguientes opciones utilizadas en ambos semestres fueron, en ese orden Seur y MRW. Durante los dos años anteriores esas 3 empresas no han variado como las más elegidas.

Gráfico 57. Empresa con la que los particulares realizaron el envío del último paquete en los seis meses anteriores (2018).

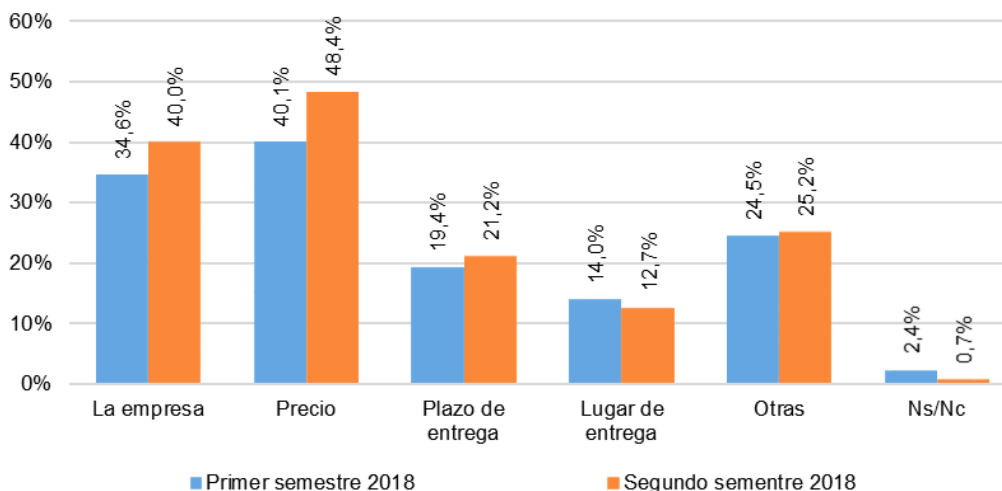


Fuente: Panel de hogares de la CNMC.

Los factores principales a la hora de elegir el operador postal que gestione los envíos de paquetes fueron en 2018 la empresa y el precio. Hay que destacar que el plazo de entrega queda relegado al tercer lugar entre los factores que determinan estas elecciones.

Las preferencias que más han ido evolucionando han sido la de la empresa elegida (ha aumentado 8,6 puntos porcentuales desde el segundo semestre de 2016) y el plazo de entrega (aumentado 1,1 puntos porcentuales desde el segundo semestre de 2016). En el lado contrario, el plazo de entrega es la opción que mayor evolución negativa ha tenido (disminuyendo 5,7 puntos porcentuales desde el segundo semestre de 2016).

Gráfico 58. Factores que determinaron la elección de la empresa para realizar el envío de un paquete por los particulares que han enviado un paquete en los seis meses anteriores (2018).



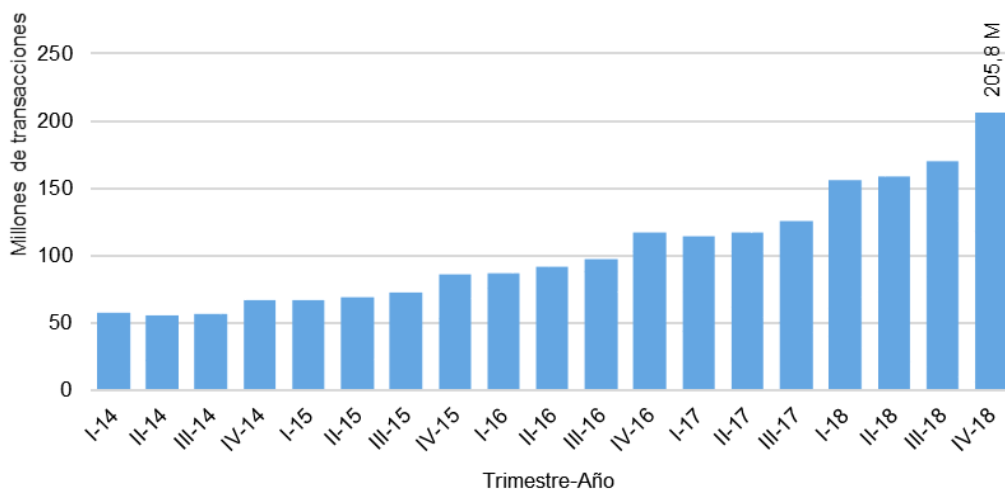
Fuente: Panel de hogares de la CNMC.

### VI.1.2. Comercio electrónico

El comercio electrónico es uno de los principales generadores de volúmenes dentro del mercado postal, especialmente en lo que a paquetería se refiere. Por ese motivo se dedica un apartado específico en el presente informe. Seguidamente se presentan los principales gráficos que muestran esta tendencia.

El primer aspecto destacable es el incremento trimestre a trimestre de las transacciones del comercio electrónico en nuestro país. El cuarto trimestre de 2018 terminó con un total de 205,8 millones (un 20,8% más que el trimestre anterior). Esta evolución, con muy contadas excepciones, se ha mantenido en todos los trimestres considerados.

Gráfico 59. Evolución trimestral del número de transacciones del comercio electrónico (2014-2018).

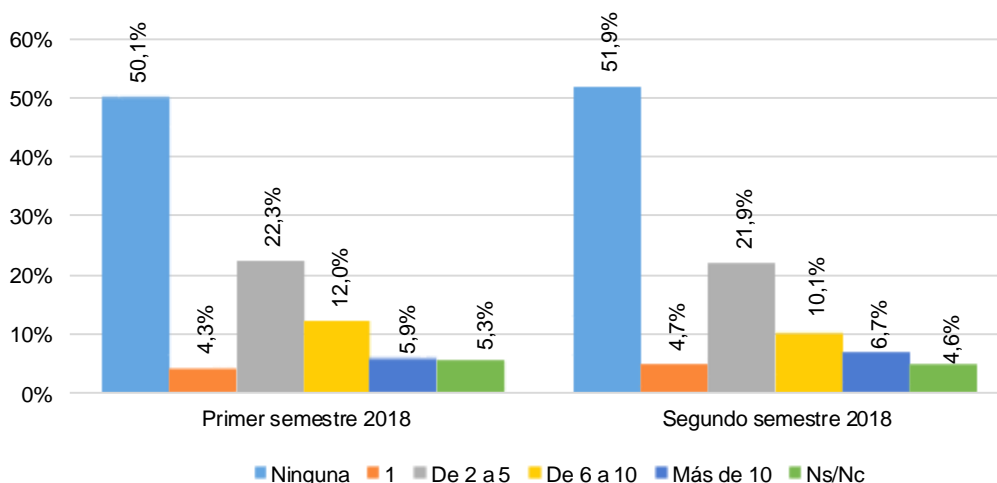


Fuente: Estadísticas CNMC.

Los gráficos que siguen analizan el impacto de esas transacciones electrónicas en el mercado postal español.

Aproximadamente la mitad de las personas encuestadas realizaron compras en internet. Siendo entre 2 y 5 compras en los 6 meses anteriores el número más habitual de operaciones realizadas. Los valores se vienen manteniendo en niveles parecidos en los últimos años.

Gráfico 60. Porcentaje de personas que realizaron compras en internet en los seis meses anteriores (2018).



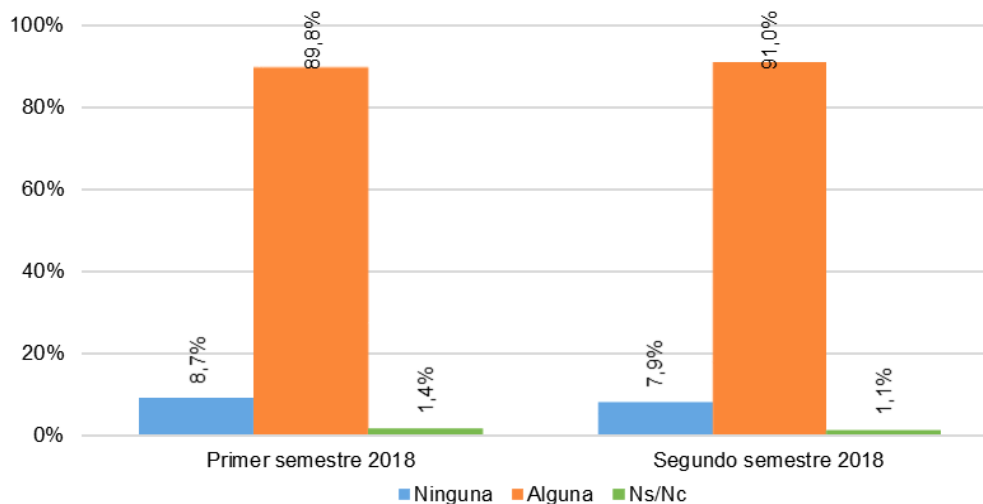
Fuente: Panel de hogares de la CNMC.

La repercusión que tienen esas compras por internet en el mercado postal se puede apreciar en el siguiente gráfico. Así, entre un 89-91% de las



compras realizadas por internet tuvieron como consecuencia la recepción de paquetes por parte de los compradores. En este caso la evolución es claramente positiva desde el 76,4% del primer semestre de 2016 hasta llegar al 91,0% del segundo semestre de 2018.

Gráfico 61. Porcentaje de personas que realizaron compras online que suponen recepción de un paquete en los seis meses anteriores (2018).

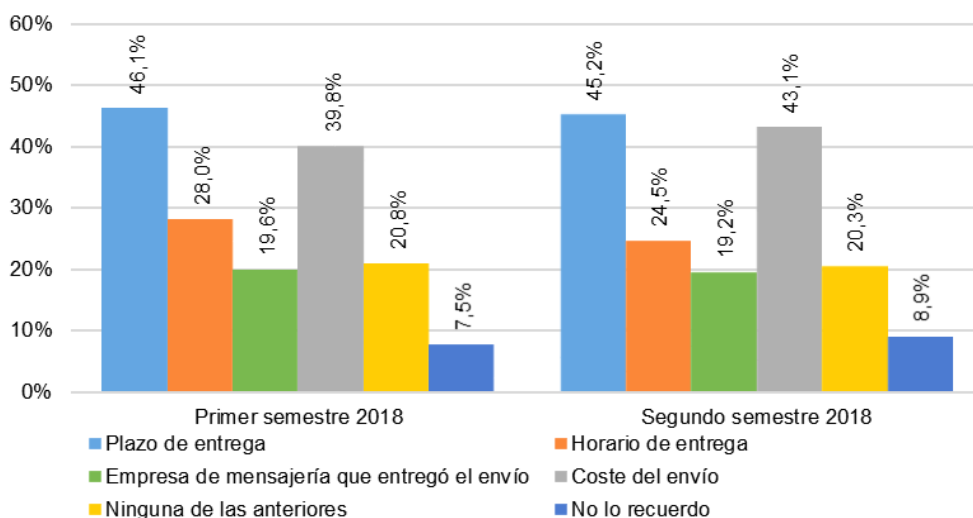


Fuente: Panel de hogares de la CNMC.

A la hora de realizar los envíos de paquetes asociados a compras online, los operadores postales ofertaron a los destinatarios una serie de opciones.

Las opciones más ofertadas fueron durante 2018 el plazo de entrega y el precio con más del 40%. Les siguió el horario de entrega con más del 24% y la elección de la empresa de mensajería entorno al 19%. Hay que tener en cuenta que para un mismo paquete se pueden ofertar una o varias opciones al mismo tiempo. Las opciones disponibles que más han aumentado desde el primer semestre de 2016 han sido el plazo de entrega y el coste del envío con aumentos del 9,5% y 6,4% respectivamente.

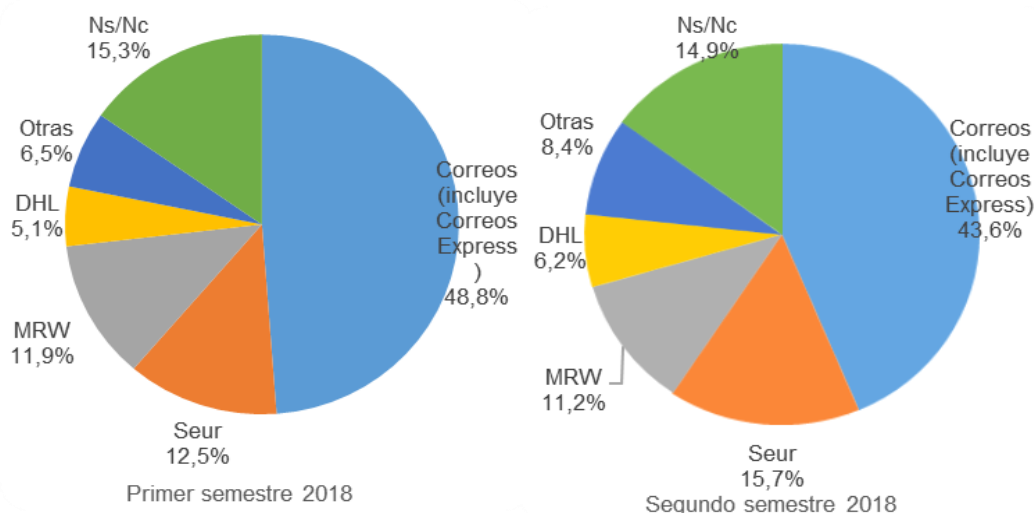
Gráfico 62. Opciones disponibles para el comprador en la recepción de paquetes asociados a compras online en los seis meses anteriores (2018)



Fuente: Panel de hogares de la CNMC.

La empresa de mensajería que más paquetes de comercio electrónico gestionó durante 2018 fue Correos (incluyendo tanto Correos y Telégrafos como Correos Express) con porcentajes del 48,8% en el primer semestre y del 43,6% en el segundo semestre. En los años 2016 y 2017 Correos siempre ha estado por encima del 42%.

Gráfico 63. Operador que repartió el último envío de comercio electrónico recibido por particulares que han hecho alguna compra online en los seis meses anteriores (2018).

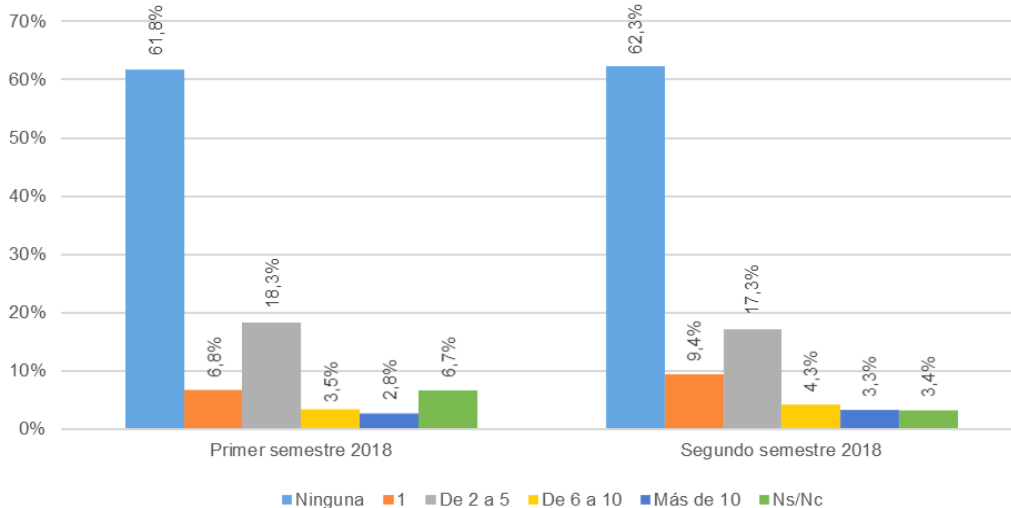


Fuente: Panel de hogares de la CNMC.

Además de los paquetes, las cartas son un tipo de producto que también se utiliza para el envío de las compras de comercio electrónico, aunque no resulte el producto más utilizado. En concreto, entre un 30% y un 35% de los encuestados manifestaron haber recibido alguna carta con objetos

comprados online durante 2018. Apenas se han producido variaciones en esos valores en los dos años anteriores.

Gráfico 64. Porcentaje de personas que recibieron cartas que contuvieran objetos comprados online en los seis meses anteriores (2018).



Fuente: Panel de hogares de la CNMC.

En definitiva, las personas encuestadas declaran recibir pocas cartas y notificaciones, no suelen visitar oficinas postales y, cuando lo hacen, es para enviar cartas o recoger envíos. El comercio electrónico aumenta trimestre a trimestre hasta llegar a 205,8 millones de transacciones a finales de 2018 (un 29,2% más que el trimestre anterior).

Tabla 10. Principales magnitudes indicadores del uso de los servicios postales y comercio electrónico (2018)

Indicador		IV-2018	△ II-2018/IV-2018
<b>Recepción correspondencia</b>	Ninguna carta particular	74,3%	+3,1 p.p.
	Ninguna carta empresa	31,8%	+1,1 p.p.
	Ninguna notificación	54,9%	+3,1 p.p.
<b>Visitas oficinas</b>	Ninguna visita	56,8%	+2,3 p.p.
	Motivo enviar cartas	42,0%	-3,1 p.p.
	Motivo recoger envíos	67,3%	+2,2 p.p.
<b>Recepción paquetería</b>	Ningún p. particular enviado	91,4%	+2,3 p.p.
	Ningún p. particular recibido	84,9%	+1,0 p.p.
	Correos reparto particular	63,8%	+1,2 p.p.
<b>Comercio electrónico</b>	Número transacciones	205,8	+29,2 %
	Alguna compra online	43,5%	-1,1 p.p.
	Correos reparto online	43,6%	-5,2 p.p.

\*p.p.: Puntos porcentuales

Fuente: Panel de hogares y Estadísticas de la CNMC.

## VII. CONCLUSIONES

Las principales conclusiones que se pueden extraer de los indicadores presentados del sector postal en 2018 son las siguientes:

- El número de operadores postales permaneció prácticamente estable en España en el 2018, alcanzando un total de 1.791. Sin embargo, se observa un año más que se modifica la importancia relativa entre tipologías de operador postal, de manera que aquellos habilitados para la prestación de servicios no incluidos en el ámbito del servicio postal universal aumentaron en importancia, hasta alcanzar el 80,2% del total de inscritos, creciendo a una tasa del 4,5% interanual. Se observa también estabilidad en cuanto a la concentración geográfica del total de los operadores que se agrupan esencialmente entre Madrid y Cataluña, comunidades que registran el 39,1% de las inscripciones. De igual forma, se consolida en el tiempo la organización de estos prestadores conforme al esquema de redes de empresas que, bajo diversas denominaciones, estructuran y organizan la actividad postal para coordinarla y darle capilaridad. De esta forma, el 65,7% de los operadores inscritos en 2018 pertenecían a una red, siendo las más importantes por número de operadores inscritos la de MRW y Nacex.
- Por lo que se refiere a la comparación del mercado español con el europeo, los últimos datos disponibles de 2017 arrojan los siguientes hechos diferenciales: el mercado español superaba los promedios europeos en lo relativo al número de habitantes por empleado y por buzón del operador designado para la prestación del SPU (826 vs 526,5 y 1.849,5 vs 785,9 respectivamente). Sin embargo, se mantuvo por debajo del promedio europeo respecto del resto de indicadores relevantes (número de habitantes por oficina postal y número de envíos de correspondencia por habitante). Destaca entre estos indicadores el relativo al precio de la carta ordinaria nacional de menos de 20 gramos de los operadores designados para la prestación del SPU, pues en España alcanzó los 0,50€ frente a los 0,72€ de promedio en la UE 28. La diferencia respecto de la carta intra europea de menos de 20 gramos es menos significativa (1,25€ en España vs 1,27€ de la media europea).
- La contextualización del mercado postal dentro del sector servicios español en 2018 apunta a una pérdida de la importancia relativa del sector objeto de estudio dado el menor crecimiento observado de su cifra de negocios. Ello contrasta con el crecimiento a idéntico ritmo de la ocupación, probablemente explicado por la intensidad relativa en factor trabajo del sector postal, pero sobre todo con la aceleración que registran los precios del sector postal ante la estabilidad observada para el índice de precios al consumo.

- El detalle de la actividad del sector postal para 2018 arroja una caída del volumen de envíos del 7,9% interanual hasta alcanzar un valor de 3.258,8 millones. De este total, el 83,7% se generó en el segmento SPT, que registró una caída del 11,4% respecto del año anterior. Por el contrario, los envíos del segmento CEP crecieron un 15,8% hasta alcanzar los 531,4 millones. Expresada en términos de valor, la actividad del mercado postal alcanzó los 4.872,2 millones de euros, aumentando un 19,4% respecto del año 2017. El valor del segmento SPT también cayó respecto del año anterior en un 1,1% para registrar 1.350,9 millones de euros de ingresos. En el caso del segmento CEP, los ingresos crecieron un 29,8% hasta alcanzar casi los 3.521,3 millones de euros.
- El segmento SPT se caracterizó en 2018 por un nuevo aumento del ingreso unitario, incremento que se extendió a todas las tipologías de producto (cartas y tarjetas postales ordinarias, publicidad directa y otras publicaciones, y cartas certificadas y notificaciones). Esta evolución se registró uniformemente también por flujos, pues se incrementó el ingreso unitario de los envíos SPT nacionales, de importación y de exportación. La desaparición definitiva del operador Unipost consagró la preponderancia del operador público, que representó el 95% del total de la cifra de negocios del segmento y movió el 96,5% del total de envíos. Solo en los flujos de exportación su participación se reduce hasta el 57,2% del total frente a la actuación de los consolidadores internacionales que incrementan su importancia como segundos actores en los flujos de exportación hasta el 42,1% del total de envíos. Con todo, los flujos de este mercado siguen siendo de ámbito nacional (94,5% en términos de los envíos totales de 2018), con el protagonismo absoluto de las cartas y las tarjetas postales ordinarias (78,9% del total de envíos y 54,6% del total de ingresos).
- Por lo que se refiere al segmento CEP, el ingreso unitario aumentó igualmente para todas las categorías de producto en un mercado que sigue siendo fundamentalmente doméstico (65,4% del total de ingresos y 69,6% del total de los envíos) y en el que predominan los envíos de poco peso (48,0% del total). Con todo, es de destacar la tendencia al alza que registran los flujos de importación cuyos ingresos en los últimos cinco años no han dejado de crecer relativamente. El principal operador para el conjunto del mercado sigue siendo el grupo público que, tanto en volumen como en valor de cifra de negocios, supone algo más de un tercio del total. El resto de los operadores, salvo unas pocas excepciones, también ha visto crecer su cifra de negocios destacando entre los operadores independientes GLS que, a resultas de la adquisición de ASM y Redyser ha ganado relevancia en el mercado. Por envíos, debe



destacarse la relevancia de las redes de transporte urgente de ámbito nacional, especialmente importantes en el tramo de paquetes de entre 2 y 20 kilos, pues alcanzan a mover el 60,6% del total de envíos del año 2018, muy por delante del operador público que operó el 23,3%. También resultan las protagonistas en el ámbito predominante de este mercado, el nacional, al operar el 52,1% de este flujo de envíos en 2018.

- La tendencia a la caída en la actividad del segmento SPT tiene su reflejo en el cada vez menor uso que realizan los particulares de la correspondencia tradicional. Aproximadamente tres de cada cuatro personas declararon no haber recibido ni haber enviado ninguna carta en el segundo semestre de 2018. Este ámbito de actividad estaría concentrándose en los envíos desde las empresas hacia los particulares según se desprende de los datos del panel de hogares para el año 2018.
- La evolución observada del mercado tiene también su reflejo en la utilización de la red postal. Menos de una de cada dos personas realizó alguna visita a una oficina postal en 2018 y, cuando acudió, el principal motivo fue la recepción de envíos postales, por delante de la remisión de productos postales. La recepción de paquetes queda íntimamente relacionada con el comercio electrónico cuya constante expansión dinamiza el segmento postal CEP. Así, entre un 89-91% de las compras realizadas por internet tuvieron como consecuencia la recepción de paquetes por parte de los compradores. La empresa que más paquetes de comercio electrónico gestionó durante 2018 fue el grupo Correos a tenor de las respuestas de los encuestados.

## ANEXO I. FUENTES DE INFORMACIÓN

- Registro postal:
  - [https://www.fomento.gob.es/MFOM/LANG\\_CASTELLANO/DIRECCIONES\\_GENERALES/SERVICIOS\\_POSTALES/RGE\\_PSP/](https://www.fomento.gob.es/MFOM/LANG_CASTELLANO/DIRECCIONES_GENERALES/SERVICIOS_POSTALES/RGE_PSP/).
  - [https://www.fomento.gob.es/recursos\\_mfom/comodin/recursos/memoria\\_rgepsp\\_2018.pdf](https://www.fomento.gob.es/recursos_mfom/comodin/recursos/memoria_rgepsp_2018.pdf).
- Comisión Europea:
  - <http://ec.europa.eu/growth/sectors/postal-services/statistics/>.
- INE:
  - <http://www.ine.es>
  - [http://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica\\_C&cid=1254736177032&menu=ultiDatos&idp=1254735976614](http://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736177032&menu=ultiDatos&idp=1254735976614).
  - <https://www.ine.es/jaxiT3/Tabla.htm?t=22346&L=0>.
  - <http://www.ine.es/jaxiT3/Tabla.htm?t=25893&L=0>.
  - <https://www.ine.es/jaxiT3/Tabla.htm?t=25895&L=0>.
- CNMC Sócrates:
  - <https://socrates.cnmc.es>.
- CNMC data:
  - <http://data.cnmc.es>.

## ANEXO II. LISTADO DE LOS PRINCIPALES OPERADORES DEL MERCADO POSTAL

AKROPOST, SERVICIOS POSTALES DEL PAIS VASCO, S.A.
ANDALUCIA POST, S.L.
ASENDIA SPAIN S.L.U.
CORREOS EXPRESS PAQUETERIA URGENTE S.A.
DHL EXPRESS SPAIN, S.L.U.
DHL PARCEL IBERIA, S.L.U.
DRONAS 2002, S.L.U (NACEX)
ELSAN, S.L.
ENVIALIA WORLD, S.L.
FEDEX SPAIN S.L.
FITMAN, S.L. (MRW)
FLR SERVICIOS URGENTES S.L.
GENERAL COURIER S.L.
GENERAL LOGISTICS SYSTEMS SPAIN S.L.
GUREAK MARKETING SLU
INTERNATIONAL COURIER SOLUTION S.L.
INTERNATIONAL MAIL SPAIN, S.L.
LA CAMARA ONUBENSE, S.L.
MAY COURIER MADRID, S.L.
OVERSEAS COURIER SERVICE S.A.
RAPID EXPRESS COURIER, S.A.
RECERCA I DESENVOLUPAMENT EMPRESARIAL, S.L.
SENDING TRANSPORTE Y COMUNICACION S.A.U.
SEUR, S.A.
SOCIEDAD ESTATAL CORREOS Y TELEGRAFOS, S.A.
SPC COURIER, S.L.
TELEFONICA SERVICIOS INTEGRALES DE DISTRIBUCION, S.A.U. ZELERIS
TNT EXPRESS WORLDWIDE (SPAIN), S.L.
TOURLINE EXPRESS MENSAJERIA S.L.U.
TRANSPORTE INTEGRAL DE PAQUETERIA, S.A.
TRIBUGEST GESTION DE TRIBUTOS, S.A.
UNITED PARCEL SERVICE ESPAÑA LTD. Y CIA, SRC (UPS)



## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Evolución del número de operadores postales (2014-2018).	10
Gráfico 2. Distribución geográfica de los operadores postales (2018)..	11
Gráfico 3. Número de oficinas postales de los operadores designados para la prestación del SPU en la UE-28 (2017). .....	15
Gráfico 4. Número de habitantes por oficina postal de los operadores designados para la prestación del SPU en la UE-28 (2017). .....	15
Gráfico 5. Número de habitantes por buzón de los operadores designados para la prestación del SPU en la UE-28 (2017). .....	16
Gráfico 6. Número de empleados de los operadores designados para la prestación del SPU en la UE-28 (2017). .....	17
Gráfico 7. Número de habitantes por empleado de los operadores designados para la prestación del SPU en la UE-28 (2017). .....	18
Gráfico 8. Precio de la carta ordinaria nacional de menos de 20 gramos de los operadores designados para la prestación del SPU en la UE-28 (2017). .....	19
Gráfico 9. Precio de la carta ordinaria intra europea de menos de 20 gramos de los operadores designados para la prestación del SPU en la UE-28 (2017). .....	20
Gráfico 10. Número de envíos de correspondencia nacional y de importación de todos los operadores en la UE-28 (2017). .....	21
Gráfico 11. Número de envíos de correspondencia nacional de todos los operadores por habitante en la UE-28 (2017). .....	21
Gráfico 12. Evolución de los índices de cifra de negocios del sector servicios y las actividades postales y de correos (2016-2018). .....	24
Gráfico 13. Evolución de los índices de ocupación del sector servicios y las actividades postales y de correos (2016-2018). .....	24
Gráfico 14. Evolución del IPC general nacional y de los servicios postales (2016-2018). .....	25
Gráfico 15. Variación de los ingresos en el mercado postal por tipo de ingreso y año (2016-2018). .....	27
Gráfico 16. Variación de los envíos en el mercado postal por tipo de envío y año (2016-2018). .....	28
Gráfico 17. Variación de la cifra de negocios de los principales operadores del segmento SPT por año y tipo de ingreso (2016-2018). .....	31
Gráfico 18. Evolución de la cifra de negocios de Akropost, consolidadores internacionales y operadores de notificaciones en el segmento SPT por año (2016-2018). .....	32
Gráfico 19. Evolución de la cifra de negocios de Otros operadores SPT en el segmento SPT por año (2016-2018). .....	33
Gráfico 20. Evolución de los ingresos, envíos e ingreso unitario del segmento SPT por año (2014-2018). .....	33
Gráfico 21. Tasa de variación de los ingresos del segmento SPT por año y tipología de operador (2016-2018). .....	34
Gráfico 22. Tasa de variación de los envíos del segmento SPT por año y tipología de operador (2016-2018). .....	34

Gráfico 23. Evolución del ingreso unitario del segmento SPT por año y tipo de producto (2014-2018).....	35
Gráfico 24. Evolución del ingreso unitario del segmento SPT por año y origen/destino (2014-2018).....	36
Gráfico 25. Distribución de los ingresos y envíos del segmento SPT por año y tipo de producto (2018).....	36
Gráfico 26. Distribución de los ingresos y envíos del segmento SPT por año y origen/destino (2018).....	37
Gráfico 27. Concentración (C3) en el segmento SPT por año y los 3 operadores con mayor número de envíos (2014-2018).....	38
Gráfico 28. Cuotas de mercado del segmento SPT en envíos totales por año y tipología de operador (2018).....	38
Gráfico 29. Cuotas de mercado del segmento SPT en envíos totales por producto y tipología de operador (2016-2018).....	39
Gráfico 30. Cuotas de mercado del segmento SPT en envíos según origen/destino por año y tipología de operador (2016-2018).....	39
Gráfico 31. Distribución de empleados del segmento SPT por tipología de operador (2018).....	40
Gráfico 32. Evolución del número de empleados del Operador público por año (2014-2018).....	41
Gráfico 33. Distribución de vehículos del segmento SPT por tipología de vehículo (2018).....	41
Gráfico 34. Variación de la cifra de negocios de los principales operadores segmento CEP por año y tipo de ingreso (2016-2018).....	45
Gráfico 35. Evolución de la cifra de negocios de las redes de transporte urgente de ámbito nacional en el segmento CEP por año (2016-2018)...	46
Gráfico 36. Evolución de la cifra de negocios de las integradoras en el segmento CEP por año (2016-2018).....	46
Gráfico 37. Evolución de la cifra de negocios de los operadores independientes en el segmento CEP por año (2016-2018).....	47
Gráfico 38. Evolución de los ingresos, envíos e ingreso unitario del segmento CEP por año (2014-2018).....	47
Gráfico 39. Tasa de variación de los ingresos del segmento CEP por año y tipología de operador (2016-2018).....	48
Gráfico 40. Tasa de variación de los envíos del segmento CEP por año y tipología de operador (2016-2018).....	49
Gráfico 41. Evolución del ingreso unitario del segmento CEP por año y tipo de producto (2014-2018).....	50
Gráfico 42. Evolución del ingreso unitario del segmento CEP por año y origen/destino (2014-2018).....	51
Gráfico 43. Distribución de los ingresos y envíos del segmento CEP por año y tipo de producto (2018).....	51
Gráfico 44. Distribución de los ingresos y envíos del segmento CEP por año y origen/destino (2018).....	52
Gráfico 45. Concentración (C3) en el segmento CEP por año y los 3 operadores con mayor número de envíos (2014-2018).....	53

Gráfico 46. Cuotas de mercado del segmento CEP en envíos totales por año y tipología de operador (2018). .....	53
Gráfico 47. Cuotas de mercado del segmento CEP en envíos totales por año y producto (2016-2018). .....	54
Gráfico 48. Cuotas de mercado del segmento CEP en envíos según origen/destino por año y tipología de operador (2016-2018). .....	55
Gráfico 49. Distribución de vehículos del segmento CEP por tipología de operador (2018). .....	55
Gráfico 50. Porcentaje de personas que recibieron o enviaron cartas con origen o destino en un particular en los seis meses anteriores (2018). ...	57
Gráfico 51. Porcentaje de personas que recibieron cartas de empresas o suministradores de servicios mensualmente (2018). .....	58
Gráfico 52. Porcentaje de hogares por tipo de factura recibida (2018). 59	
Gráfico 53. Porcentaje de personas que recibieron notificaciones administrativas en los seis meses anteriores (2018). .....	59
Gráfico 54. Número de visitas a oficinas postales en los seis meses anteriores (2018). .....	60
Gráfico 55. Motivo de la visita a una oficina postal en los seis meses anteriores (2018). .....	61
Gráfico 56. Porcentaje de personas que enviaron o recibieron paquetes en los seis meses anteriores sin origen en una compra online (2018). ....	61
Gráfico 57. Empresa con la que los particulares realizaron el envío del último paquete en los seis meses anteriores (2018). .....	62
Gráfico 58. Factores que determinaron la elección de la empresa para realizar el envío de un paquete por los particulares que han enviado un paquete en los seis meses anteriores (2018). .....	63
Gráfico 59. Evolución trimestral del número de transacciones del comercio electrónico (2014-2018). .....	64
Gráfico 60. Porcentaje de personas que realizaron compras en internet en los seis meses anteriores (2018). .....	64
Gráfico 61. Porcentaje de personas que realizaron compras online que suponen recepción de un paquete en los seis meses anteriores (2018). ..	65
Gráfico 62. Opciones disponibles para el comprador en la recepción de paquetes asociados a compras online en los seis meses anteriores (2018). 66	
Gráfico 63. Operador que repartió el último envío de comercio electrónico recibido por particulares que han hecho alguna compra online en los seis meses anteriores (2018). .....	66
Gráfico 64. Porcentaje de personas que recibieron cartas que contuvieran objetos comprados online en los seis meses anteriores (2018). 67	

## INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Distribución de las empresas inscritas por red a la que pertenecen (2018).....	12
Tabla 2. Principales indicadores del Registro postal (2018).....	13
Tabla 3. Principales indicadores del mercado postal en Europa (2017).	22
Tabla 4. Principales indicadores de la actividad económica nacional (2018)	25
Tabla 5. Principales indicadores del mercado postal (2018) .....	28
Tabla 6. Principales operadores del segmento SPT (2018). .....	30
Tabla 7. Principales indicadores del segmento SPT (2018) .....	42
Tabla 8. Principales operadores del segmento CEP (2018).....	43
Tabla 9. Principales indicadores del segmento CEP (2018).....	56
Tabla 10. Principales magnitudes indicadores del uso de los servicios postales y comercio electrónico (2018).....	67

