



# **INFORME ANUAL DEL SECTOR POSTAL (2019)**

**10 de diciembre de 2020**

**INF/DTSP/038/20**

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

**ÍNDICE**

INTRODUCCIÓN .....	4
I. SERVICIOS POSTALES.....	6
II. OPERADORES POSTALES .....	7
II.1. Indicadores del Registro postal.....	8
II.1.1. Número de operadores postales .....	8
II.1.2. Distribución geográfica de los operadores postales .....	9
II.1.3. Distribución de los operadores postales por red .....	10
II.1.4. Forma jurídica de los operadores postales .....	11
III. EL MERCADO POSTAL EN EUROPA .....	13
III.1. Indicadores del mercado postal en Europa .....	13
III.1.1. Oficinas postales.....	13
III.1.2. Buzones.....	15
III.1.3. Empleo .....	16
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.....	26
V.1.1. Indicadores del mercado postal .....	26
V.1.1.1. Ingresos y envíos del mercado postal.....	26
V.2. Segmento SPT .....	28
V.2.1 Descripción de la oferta del segmento SPT.....	28
V.2.2 Principales operadores del segmento SPT.....	29
V.2.3. Indicadores del segmento SPT .....	30
V.2.3.1. Cifra de negocios del segmento SPT.....	30
V.2.3.2. Ingresos y envíos del segmento SPT.....	32
V.2.3.3. Distribución de ingresos y envíos del segmento SPT por producto y flujo. ....	36
V.2.3.4. Cuotas de mercado del segmento SPT .....	38
V.2.3.5. Recursos del segmento SPT .....	40
V.3. Segmento CEP.....	43
V.3.1 Descripción de la oferta del segmento CEP .....	43
V.3.2 Principales operadores del segmento CEP .....	43
V.3.3. Indicadores del segmento CEP.....	45
V.3.3.1. Cifra de negocios del segmento CEP .....	45
V.3.3.2. Ingresos y envíos del segmento CEP .....	47
V.3.3.3. Distribución de ingresos y envíos del segmento CEP por producto y flujo....	51
V.3.3.4. Cuotas de mercado del segmento CEP.....	52
V.3.3.5. Recursos del segmento CEP.....	55
VI. USO DE LOS SERVICIOS POSTALES Y COMERCIO ELECTRÓNICO 57	
VI.1. Indicadores del uso de los servicios postales y comercio electrónico .....	57
VI.1.1. Servicios postales.....	57
VI.1.2. Comercio electrónico.....	64
VII. CONCLUSIONES .....	69
ANEXO I. FUENTES DE INFORMACIÓN .....	72
ANEXO II. LISTADO DE LOS PRINCIPALES OPERADORES DEL MERCADO POSTAL.....	73
ANEXO III. CAMBIO METODOLÓGICO EN LA DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA DEL INFORME .....	74

Establecimiento de una muestra representativa .....	74
Nuevo criterio para el cálculo de la muestra del informe anual .....	75
Consecuencias del cambio de criterio.....	76
Exclusiones sobrevenidas por aplicación del nuevo criterio; <b>Error! Marcador no definido.</b>	
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	78
INDICE DE TABLAS .....	81

## 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) asigna a este organismo la competencia de supervisión y control del mercado postal. En ejercicio de la misma, la CNMC publica todos los años este informe con los indicadores más representativos del mercado postal a nivel europeo y a nivel nacional, tanto desde la perspectiva de los operadores como desde la perspectiva de los usuarios. La información que contiene este informe se refiere al año 2019, último del que se dispone de datos<sup>2</sup>.

El primer apartado analiza los servicios que se incluyen en el informe tomando como referencia la legislación vigente.

En el segundo apartado se presentan desde varios puntos de vista los datos del Registro General de Empresas Prestadoras de Servicios Postales (en adelante, Registro postal) que es donde figuran todos los operadores del mercado postal español.

En el tercer apartado se encuentran los datos más relevantes publicados por la Comisión Europea sobre el mercado postal en la Unión Europea (en adelante, UE). Esto permite comparar España con los países de su entorno.

El cuarto apartado utiliza los datos publicados por el Instituto Nacional de Estadística (en adelante, INE) en su página web sobre las actividades postales y de correos para compararlas con los índices generales de la economía.

El quinto apartado analiza las principales magnitudes del 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). Este apartado se ha elaborado con los datos que ha facilitado una muestra de los operadores postales con mayor número de trabajadores<sup>3</sup>.

En el sexto apartado se ha utilizado información de la página web CNMC data<sup>4</sup> donde, entre otras cosas, hay información estadística sobre el uso de los servicios postales y el comercio electrónico.

---

<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 hace referencia a 2018, que se corresponde con los últimos datos publicados por la Comisión Europea.

<sup>3</sup> Utilizar el criterio del número de trabajadores es una novedad en el informe de este año. Para mayor detalle consultar el Anexo sobre cambios en la metodología en la selección de la muestra.

<sup>4</sup> <http://data.cnmc.es/datagraph/>.

El séptimo y último apartado se dedica a reflejar las principales conclusiones que se pueden sacar de los seis apartados anteriores.

En 2018 entraron en vigor el Reglamento (UE) 2018/644 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 18 de abril de 2018, sobre los servicios de paquetería transfronterizos<sup>5</sup> (en adelante, RSPT) y el Reglamento de Ejecución (UE) 2018/1263 de la Comisión, de 20 de septiembre de 2018, por el que se establecen los formularios para la presentación de información por parte de los prestadores de servicios de paquetería<sup>6</sup>.

Esta normativa comunitaria establece obligaciones de información detallada para los prestadores de servicios de paquetería. Con el fin de homogeneizar el proceso de captación de información sectorial y reducir la carga administrativa sobre el sector, a partir de esta edición el informe anual postal toma como referencia los criterios fijados en estos Reglamentos para determinar el ámbito subjetivo de operadores a los que solicitar los datos necesarios para su confección. De esta forma, la selección de los operadores postales a los que se requieren los datos pasa a realizarse en base al número de empleados y no a la facturación de la empresa. Para una revisión completa de este cambio de criterio y sus implicaciones, se ha incorporado un anexo dedicado al cambio de metodología en la determinación de la muestra.

---

<sup>5</sup> <https://www.boe.es/doue/2018/112/L00019-00028.pdf>.

<sup>6</sup> <https://www.boe.es/doue/2018/238/L00065-00070.pdf>. Teniendo en cuenta la Corrección de errores del Reglamento de Ejecución (UE) 2018/1263 de la Comisión, de 20 de septiembre de 2018, por el que se establecen los formularios para la presentación de información por parte de los prestadores de servicios de paquetería, de conformidad con el Reglamento (UE) 2018/644 del Parlamento Europeo y del Consejo (<https://www.boe.es/doue/2019/112/L00077-00079.pdf>).

## **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.

La ley actual y su antecesora han sido los instrumentos normativos con los que España ha transpuesto 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**

Una vez delimitado el ámbito objetivo del informe, el siguiente paso es hacer lo mismo con el ámbito subjetivo. Dicha delimitación se encuentra en el artículo 3 de la Ley postal donde 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>7</sup>. Por lo tanto, hay que recurrir al citado registro para conocer las empresas habilitadas para prestar servicios postales en España<sup>8</sup>.

---

<sup>7</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>8</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 Transportes, Movilidad y Agenda Urbana y se encuentra regulado por la Ley 16/87 de 30 de julio,

El Registro postal depende de la Subdirección General de Régimen Postal que, a su vez, depende de la Secretaría General Técnica del Ministerio de Transportes, Movilidad y Agenda Urbana y se estructura en dos secciones<sup>9</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.

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>10</sup>.

## **II.1. Indicadores del Registro postal<sup>11</sup>**

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

Tomando como referencia el cierre del año 2019 a fecha 31 de diciembre, el número total de operadores postales en España era de 1.827 (un 2,0% más que en 2018). Estos datos van en línea con lo sucedido en los 3 últimos años donde año tras año se han producido ligeros aumentos en el total de operadores inscritos en el Registro postal.

Si se desagrega el total de inscripciones por las secciones del Registro postal, se aprecia que el leve aumento del 2,0% en el total de inscripciones está sustentado por las inscripciones en la sección A (las que habilitan para servicios no incluidos en el SPU) que aumentaron un 3,9% en 2019 hasta llegar hasta las 1.492. Sin embargo, las inscripciones en la sección B

---

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>9</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.

<sup>10</sup> [https://www.mitma.gob.es/recursos\\_mfom/comodin/recursos/memoria\\_rgepsp\\_2019.pdf](https://www.mitma.gob.es/recursos_mfom/comodin/recursos/memoria_rgepsp_2019.pdf).

<sup>11</sup> Los datos están actualizados a 31 de diciembre de 2019.

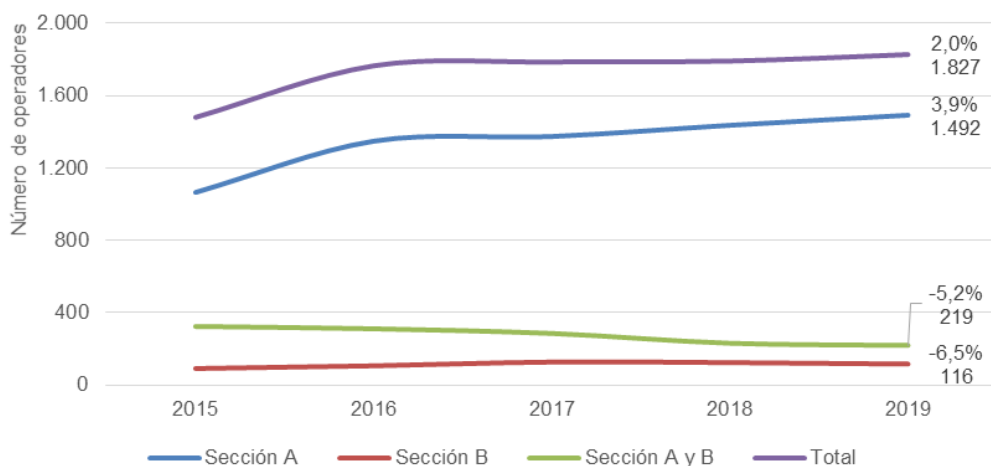
A la hora de establecer los operadores postales de un año concreto se puede optar por contemplar todos aquellos que han prestado servicios durante ese año (sigan haciéndolo o no al final del año), una media de todo el año o la lista de operadores postales a una fecha determinada. En este informe se opta 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 Transportes, Movilidad y Agenda Urbana en su memoria anual.



disminuyeron un 6,5% al quedarse en 116 y las inscripciones en la sección A y B bajaron un 5,2% alcanzando las 219.

En cuanto a la distribución de las inscripciones por sección del Registro postal, las de la sección A representaron el 81,7% del total frente al 6,3% de las inscripciones en la sección B y el 12,0% de las inscripciones en la sección A y B.

**Gráfico 1. Evolución del número de operadores postales (2015-2019).**



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

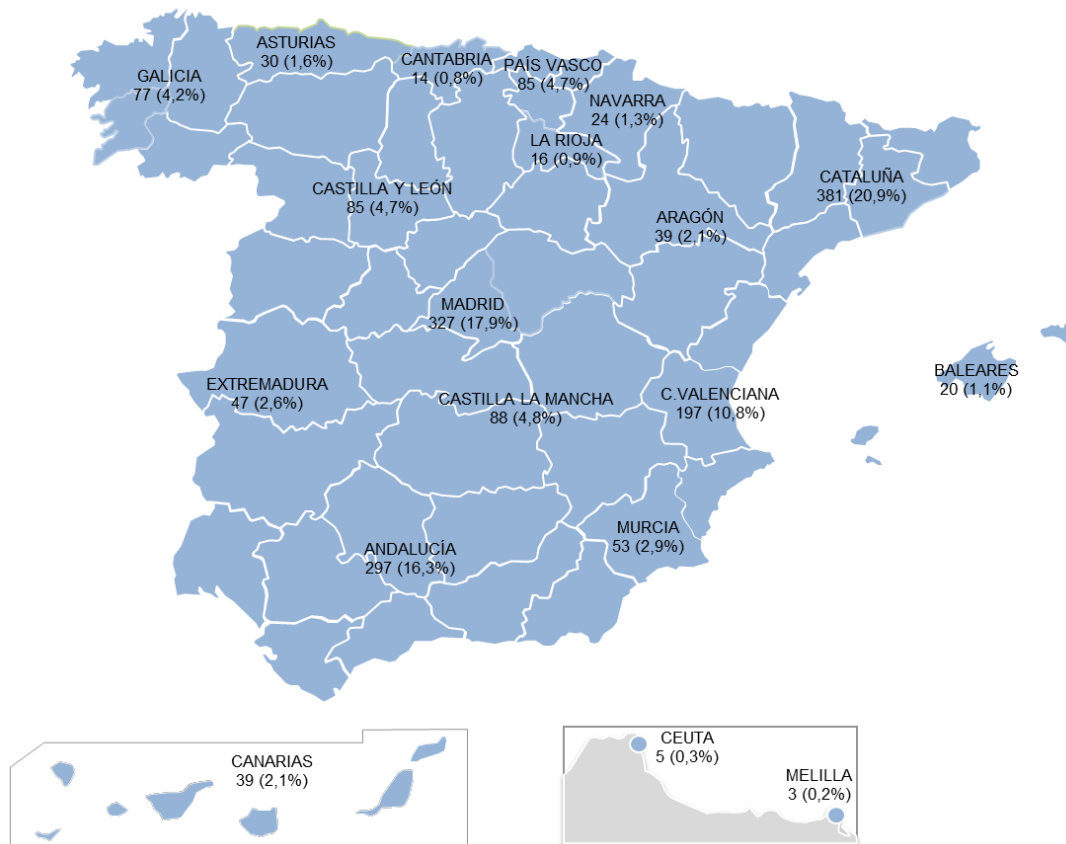
## II.1.2. Distribución geográfica de los operadores postales

Las comunidades autónomas que cuentan con un mayor número de operadores postales inscritos en el Registro postal son Madrid y Cataluña con un total del 38,8% de los inscritos. Si se añade la comunidad autónoma de Andalucía el grado de concentración de las tres comunidades alcanza el 55,0% del total de los operadores postales.

Las mayores variaciones interanuales en 2019 se produjeron en el lado positivo en Melilla<sup>12</sup>, en Cantabria (con un aumento del 27,3%) y Ceuta (con un aumento del 25,0%). Las mayores disminuciones interanuales fueron en Baleares (con una disminución del 9,1%, en Murcia (con una disminución del 8,6%) y en Castilla León (con una disminución del 4,5%).

<sup>12</sup> En Melilla se pasó de 1 empresa inscrita en 2018 a 3 en 2019.

**Gráfico 2. Distribución geográfica de los operadores postales (2019).**



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

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

El 65,4% de los 1.827 operadores inscritos en el Registro postal declararon operar bajo el régimen de franquicia o vinculaciones análogas<sup>13</sup> durante el año 2019. La mayor parte de estas franquicias correspondieron a MRW con un 19,0% de total de inscritos (348). A continuación, estuvo Nacex con un 11,0% del total de inscritos (201), GLS con un 10,2% (186) y Mail Boxes con un 10,1% (185).

<sup>13</sup> Por ejemplo: agencia, colaboración, corresponsalía...

**Tabla 1. Distribución de las empresas inscritas por red a la que pertenecen (2019).**

<b>Empresa</b>	<b>Num. Operadores</b>	<b>% sobre el total</b>
MRW	348	19,0%
NACEX	201	11,0%
GLS	186	10,2%
MAIL BOXES ETC	185	10,1%
TIPSA	80	4,4%
DHL	44	2,4%
ENVIALIA	41	2,2%
TOURLINE	35	1,9%
SEUR	28	1,5%
HALCOURIER	24	1,3%
CORREOS	12	0,7%
Otras franquicias	11	0,6%
<b>TOTAL CON RED</b>	<b>1.195</b>	<b>65,4%</b>
<b>TOTAL SIN RED</b>	<b>632</b>	<b>34,6%</b>
<b>TOTAL REGISTRO</b>	<b>1.827</b>	<b>100,0%</b>

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

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

Desde el punto de vista de la forma jurídica que adoptan los operadores postales para intervenir en el mercado, destaca la sociedad limitada como la más adoptada. Los operadores que escogieron esta forma jurídica en 2019 fueron 1.274 (lo que representó un 69,7% del total). Además, esta forma jurídica aumenta año a año siendo este incremento en 2019 de un 3,5% respecto al año anterior.

El resto de las formas jurídicas destacadas son el autónomo con 268 operadores (un 14,7% del total), la sociedad limitada unipersonal con 104 operadores (un 5,7% del total) y la sociedad anónima con 95 operadores (un 5,2% de total). El resto de las formas jurídicas alcanzaron los 86 operadores (un 4,7% del total).

De todos los datos reflejados anteriormente en este apartado se puede concluir que el operador postal tipo en España está 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 jurídica de sociedad limitada.

**Tabla 2. Principales indicadores del Registro postal (2019).**

Indicador		2019	Δ 2018/2019
<b>Número operadores</b>	Sección A	1.492	+3,9 %
	Sección B	116	-6,5 %
	Sección A y B	219	-5,2 %
	Total	1.827	+2,0 %
<b>Distribución geográfica</b>	Cataluña	20,9%	-0,5 p.p.
	Madrid	17,9%	+0,1 p.p.
	Resto de comunidades	61,2%	+0,4 p.p.
<b>Red sección A (Franquicias)</b>	MRW	19,0%	-0,8 p.p.
	Nacex	11,0%	-0,1 p.p.
	Resto franquicias	35,4%	+8,7 p.p.
<b>Forma jurídica</b>	S.L.	69,7%	+3,5 p.p.
	Autónomos	14,7%	-0,6 p.p.
	Resto formas	15,6%	-2,9 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 últimos datos (2018) publicados por la Comisión Europea en su página web dedicada a los “Postal services”<sup>14</sup>.

#### **III.1. Indicadores del mercado postal en Europa<sup>15</sup>**

El primer aspecto que se va a analizar respecto al mercado postal europeo y la posición de España en el mismo es la red de puntos de atención<sup>16</sup> a disposición de los usuarios para acceder a los servicios postales ofrecidos por el operador designado para la prestación del SPU.

##### **III.1.1. Oficinas postales<sup>17</sup>**

En 2018, el total de oficinas postales de los operadores postales designados para la prestación del SPU dentro de la UE-28 fue de 169.027 (un 2,7% más que en anterior).

Los países con un mayor número total de oficinas fueron Italia, Alemania y Francia con 44.474, 26.000 y 17.238 respectivamente. España fue el cuarto país de la UE-28 por el número total de oficinas del operador designado para la prestación del SPU alcanzando las 17.162.

---

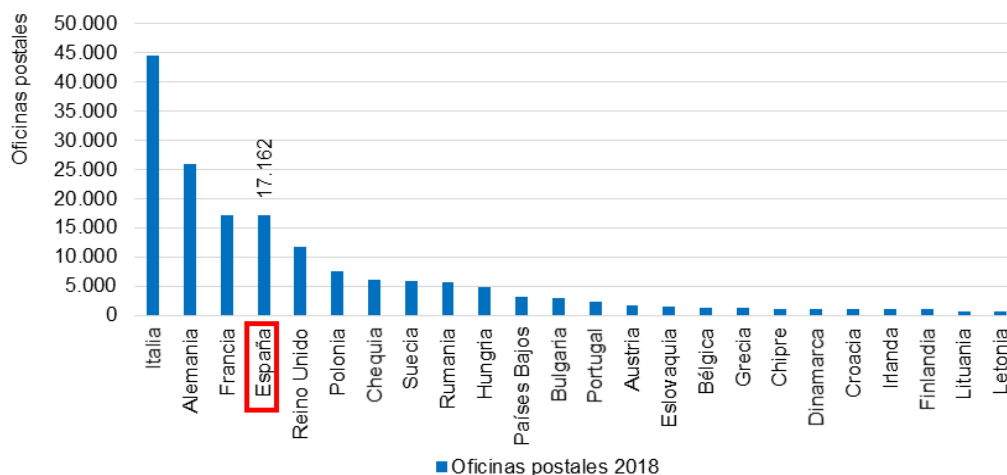
<sup>14</sup> <http://ec.europa.eu/growth/sectors/postal-services/statistics/>. Datos a 17 de abril de 2020 (última fecha de actualización de la página en el momento de redactar este informe).

<sup>15</sup> Dado que los datos del mercado postal europeo (UE) se refieren a 2018, Reino Unido forma parte de los países considerados.

<sup>16</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.

<sup>17</sup> Según el glosario de estadísticas postales de la Comisión Europea, se entiende por oficinas postales todas aquellas oficinas abiertas al público a las que los clientes pueden solicitar todos los servicios postales. Incluyen oficinas móviles o fijas.

**Gráfico 3. Número de oficinas postales de los operadores designados para la prestación del SPU en la UE-28 (2018)<sup>18</sup>.**



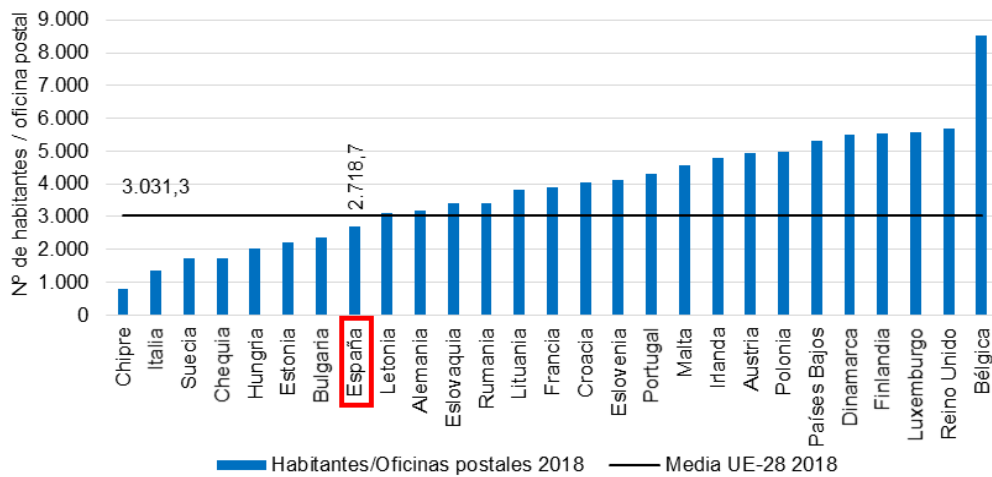
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos estadísticos postales de la Comisión Europea.

Si el total de oficinas se pone en relación con el número de habitantes de cada país, la media de la UE-28 en 2018 llegó hasta los 3.031,3 habitantes por oficina (un 2,4% menos que el año anterior). España alcanzó una proporción de 2.718,7 habitantes por oficina.

Los países que más subieron su ratio fueron Irlanda con un aumento del 22,4% y Chequia con un aumento del 14,3%. En el lado contrario, los países que más la disminuyeron fueron España, con un 15,2% menos, y Finlandia, con un 10,0% menos.

<sup>18</sup> Para el cálculo de este indicador se han incluido los datos de los 28 países de la UE.

**Gráfico 4. Número de habitantes por oficina postal de los operadores designados para la prestación del SPU en la UE-28 (2018)<sup>19</sup>.**



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

### III.1.2. Buzones

Una vez tratadas las oficinas, pasamos a los buzones, el tipo de punto de atención a los usuarios que mayor capilaridad tiene en Europa.

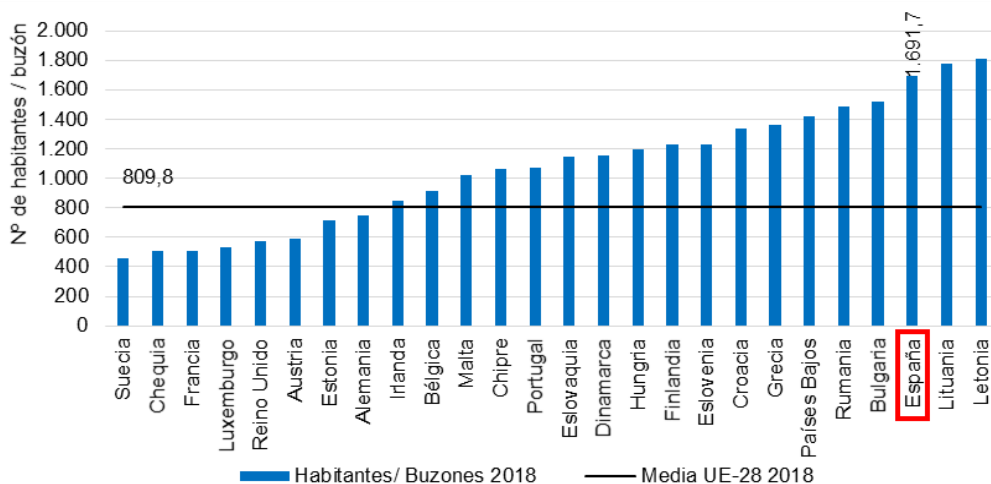
El año 2018 terminó con un total de 558.010 buzones de los operadores designados para la prestación del SPU (un 1,1% más que en 2017). España terminó el año con 27.580 buzones (siendo el cuarto país de la UE-28 tras Francia (con 131.276), Reino Unido (con 115.151) y Alemania (con 110.123)).

Los países que más redujeron su número de buzones fueron Estonia con una reducción del 27,0% y Eslovenia con una reducción del 26,7%. Los países que más aumentaron su número de buzones fueron España con un incremento del 9,63% y Suecia con un aumento del 1,9%.

Si se pone en relación el número de habitantes con el número de buzones del operador designado para la prestación del SPU, se aprecia que en 2018 la media de la UE-28 fue de 809,8 habitantes por buzón. España se situó como el tercer país por el final al tener 1.691,7 habitantes por buzón.

<sup>19</sup> También en este caso, para el cálculo de este indicador se han incluido los datos de los 28 países de la UE.

**Gráfico 5. Número de habitantes por buzón de los operadores designados para la prestación del SPU en la UE-28 (2018)<sup>20</sup>.**



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

### III.1.3. Empleo

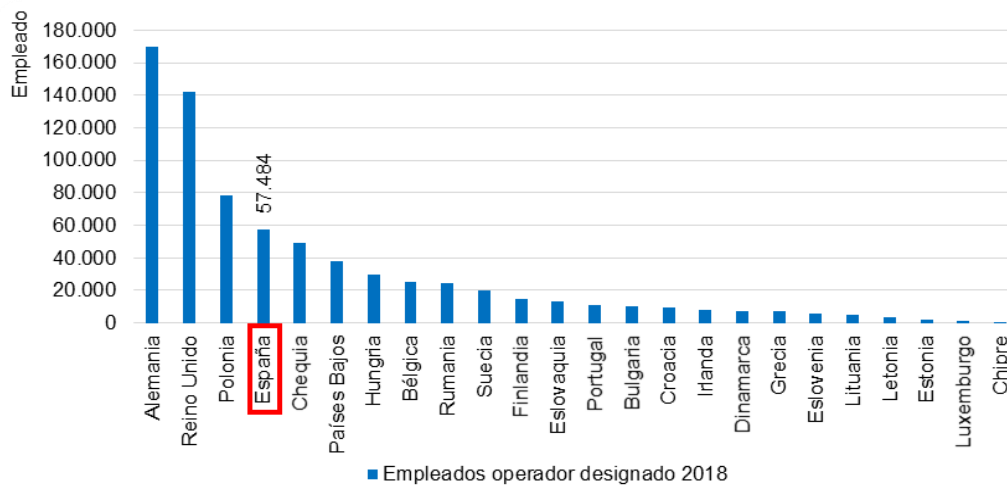
Desde el punto de vista del número de empleados de los operadores designados para la prestación del SPU, la UE-28 tuvo 732.596 en 2018 (un 7,9% más que en 2017). España aumentó este número de empleados en un 2,1% hasta llegar a los 57.484 empleados del operador designado para la prestación del SPU en 2018. Este dato le situó como el cuarto país de la UE-28 por detrás de Alemania, Reino Unido y Polonia.

Los países que más aumentaron este número de empleados fueron Alemania con un aumento del 16,3% y Hungría con un aumento del 4,1 %. Los que más lo redujeron fueron Chequia con una disminución del 17,1% y Letonia con una disminución del 7,3%.

<sup>20</sup> En este gráfico no se incluye información de Italia por considerarse confidenciales.



**Gráfico 6. Número de empleados de los operadores designados para la prestación del SPU en la UE-28 (2018)<sup>21</sup>.**

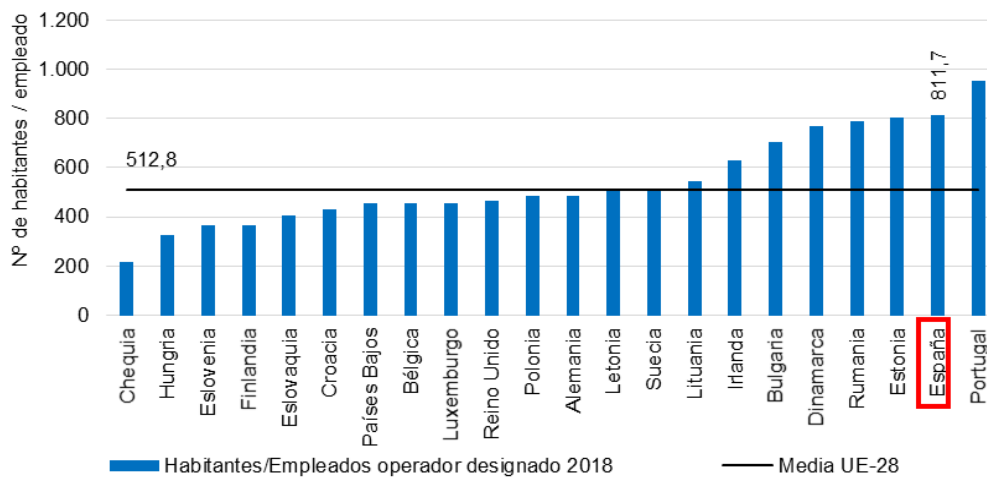


Fuente: Elaboración propia a partir de los datos estadísticos postales de la Comisión Europea.

Una manera de conocer el nivel de servicio que reciben los usuarios de los servicios postales es ver cuántos habitantes hay por empleado del operador designado para la prestación del SPU. Así, en 2018 la UE-28 tuvo una media de 512,8 habitantes por empleado del operador designado para la prestación del SPU (un 7,1% menos que en 2017). España alcanzó 811,7 habitantes por cada empleado del operador designado para la prestación del SPU (un 1,7% menos que el año anterior).

<sup>21</sup> Para el cálculo de este indicador se han excluido los datos de Francia, Malta y Austria por ser confidenciales y de Italia por no estar disponibles.

**Gráfico 7. Número de habitantes por empleado de los operadores designados para la prestación del SPU en la UE-28 (2018)<sup>22</sup>.**



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

### III.1.4. Precio de las cartas

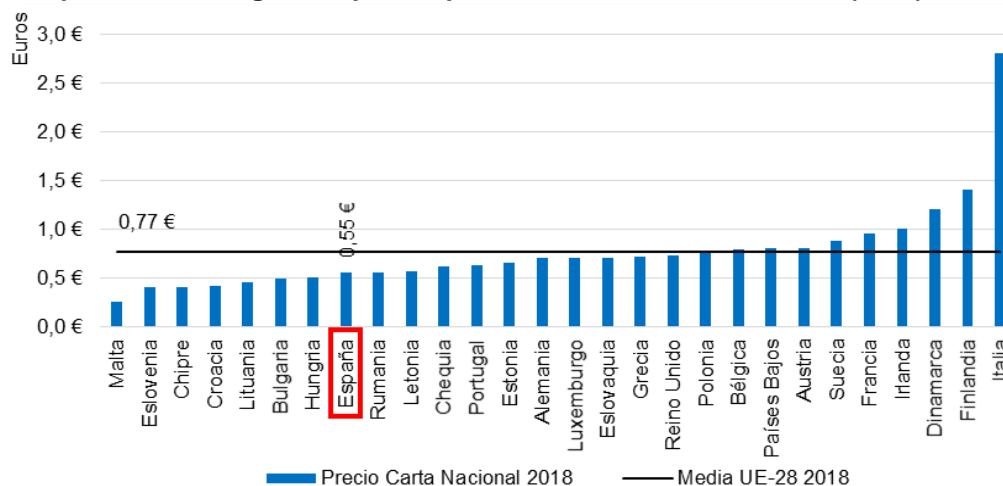
Pasamos ahora a analizar el precio de las cartas ordinarias nacionales de menos de 20 gramos enviadas por los operadores designados para la prestación del SPU. Lo primero que llama la atención es que, de los 28 países de la UE-28, 17 de ellos no variaron los precios de este tipo de cartas entre los años 2017 y 2018. Lo segundo que llama la atención es que ningún país disminuyó los precios en 2018 respecto de 2017.

La media europea alcanzó en 2018 los 0,77 euros (un 5,8% más que en 2017). En España el precio alcanzó los 0,55 euros (un 10,0% más que en año anterior).

Los países donde más subió el precio fueron Rumanía con un 80,6% más que en 2017 y Polonia con un 27,1% más que en 2017.

<sup>22</sup> Para el cálculo de este indicador se han excluido los datos de Francia, Malta y Austria por ser confidenciales y de Italia por no estar disponibles.

**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 (2018)<sup>23</sup>.**



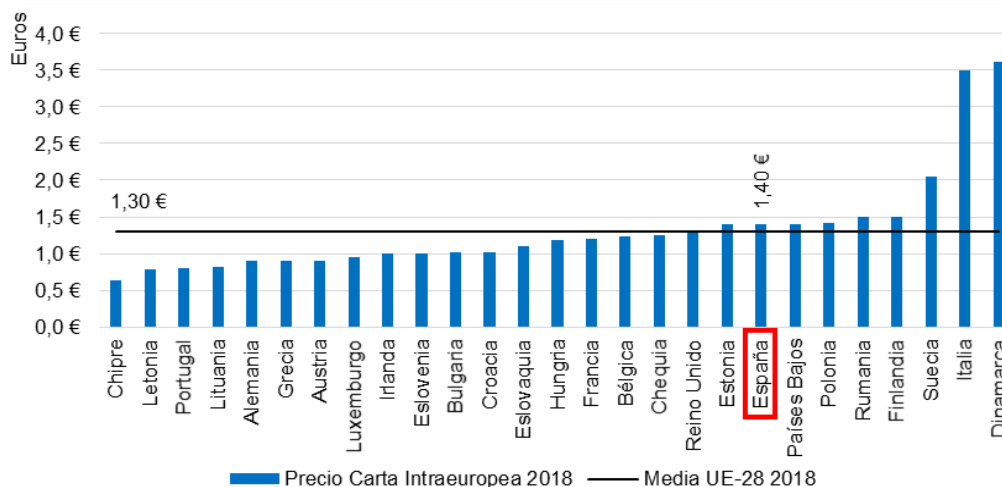
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos estadísticos postales de la Comisión Europea

La carta ordinaria intra europea de menos de 20 gramos de los operadores designados para la prestación del SPU alcanzó los 1,30 euros de precio medio en la UE-28 durante 2018 (un 7,3% más que un año antes). En España ese precio fue de 1,40 euros (un 12,0% más que en 2017).

De los 28 países de la UE-28, en 2018 15 países no cambiaron sus precios de este tipo de envío y 2 bajaron sus precios, Suecia un 6,0 % y Hungría un 2,5%. Los países que más incrementaron el precio de este envío fueron Rumanía con un aumento del 70,5% y Austria con una subida del 12,5%.

<sup>23</sup> Para la elaboración de este gráfico se ha dispuesto de los datos de los 28 países integrantes de la UE.

**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 (2018)<sup>24</sup>.**



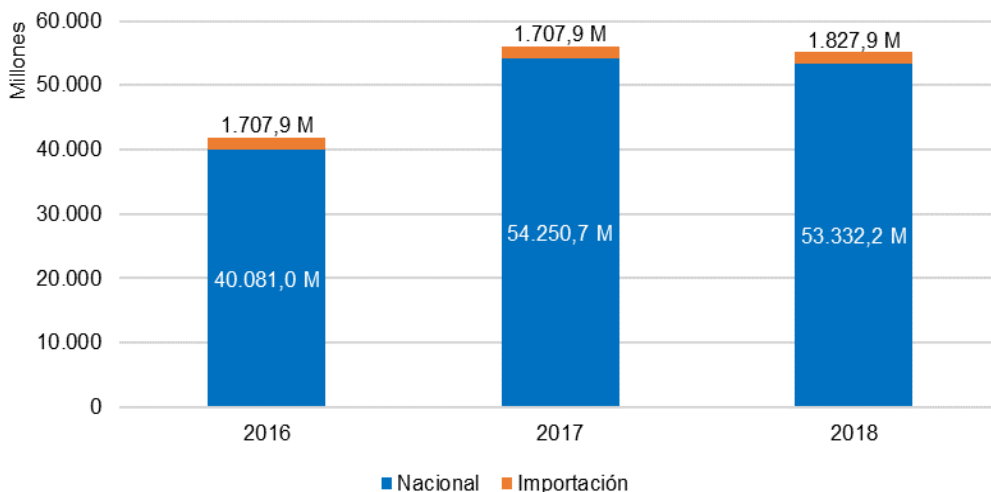
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos estadísticos postales de la Comisión Europea.

### III.1.5. Envíos de correspondencia

En 2018 los envíos de correspondencia nacional en la UE-28 alcanzaron los 53.332,2 millones (una disminución de 1,7% respecto al año anterior) mientras que los envíos de importación fueron 1.827,9 millones (lo que supuso un aumento del 7,0%).

<sup>24</sup> Para la elaboración de este gráfico se ha dispuesto de los datos de los 28 países integrantes de la UE.

**Gráfico 10. Número de envíos de correspondencia nacional y de importación de todos los operadores en la UE-28 (2018)<sup>25</sup>.**



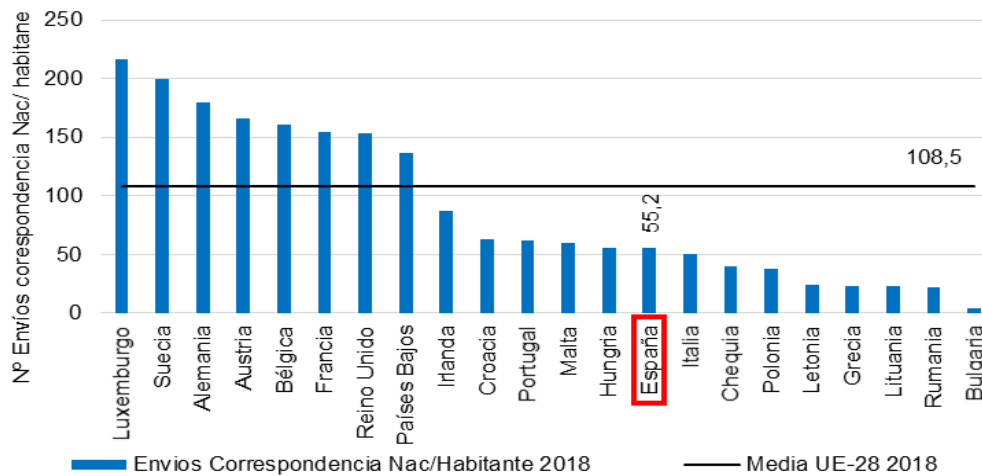
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos estadísticos postales de la Comisión Europea.

La media de envíos de correspondencia nacional por habitante en la UE-28 se estableció en 108,5 en 2018 (un 1,9% menos que el año anterior). España alcanzó los 55,2 envíos de correspondencia nacional por habitante, un 10,2% menos que en 2017.

Los países que más aumentaron el número de envíos de correspondencia nacional por habitante fueron Rumanía con un aumento del 2,7% y Polonia con un aumento de 1,6%. Los países que más disminuyeron fueron España con la ya mencionada reducción del 10,2% y Suecia con una disminución del 9,4%.

<sup>25</sup> Para la elaboración de este gráfico no se han incluido los países de Finlandia, Eslovaquia, Eslovenia, Estonia y Dinamarca por considerar sus datos confidenciales. Tampoco se han incluido datos de Chipre por no estar disponibles. Esta exclusión ha sido tanto para los envíos de correspondencia nacional como para los de importación.

**Gráfico 11. Número de envíos de correspondencia nacional de todos los operadores por habitante en la UE-28 (2018)<sup>26</sup>.**



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

El resumen que puede hacerse de este apartado es que el número de habitantes atendidos por oficina y empleado postal cae tanto en media de la UE-28 como en España. Mientras que los envíos por habitante caen, el precio de la correspondencia analizada aumenta notablemente tanto para la media de la UE-28 como en España.

**Tabla 3. Principales indicadores del mercado postal en Europa (2018).**

Indicador		2018	Δ 2017/2018
<b>Oficinas postales</b>	Habitantes/oficinas España	2.718,7	-15,2 %
	Habitantes/oficinas UE-28	3.031,3	-2,4 %
<b>Empleo</b>	Habitantes/empleados España	811,7	-1,7 %
	Habitantes/empleados UE-28	512,8	-7,1 %
<b>Precios</b>	Carta nacional España	0,55 €	+10,0 %
	Carta nacional UE-28	0,77 €	+5,8 %
	Carta intra europea España	1,40 €	+12,0 %
	Carta intra europea UE-28	1,30 €	+7,3 %
<b>Correspondencia</b>	Envíos/Habitantes España	55,2	-10,2 %
	Envíos/Habitantes UE-28	108,5	-1,9 %

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

<sup>26</sup> Para la elaboración de este gráfico no se han incluido los mismos países que en el gráfico anterior.

## 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>27</sup>. La información toma como referencia en la selección el código CNAE “53 – Actividades postales y de correos”<sup>28</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>29</sup>

#### IV.1.1. Cifra de negocios<sup>30</sup> y ocupación<sup>31</sup>

El INE calcula estos dos índices por meses y agregados por código CNAE. Se utiliza como base el año 2015. Los datos que se han tomado para presentar el dato de un año son los del mes de diciembre de cada uno de ellos.

El índice de cifra de negocios acabó el año 2019 con incrementos tanto en el índice general como en el índice de las actividades postales y de correos. Sin embargo, el aumento del índice de las actividades postales y de correos fue más del doble que el índice general (un 4,4% el índice general frente al 9,3% de las actividades postales y de correos).

---

<sup>27</sup> <http://www.ine.es>

<sup>28</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>29</sup> Los datos están actualizados a 30 de septiembre de 2020.

<sup>30</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.

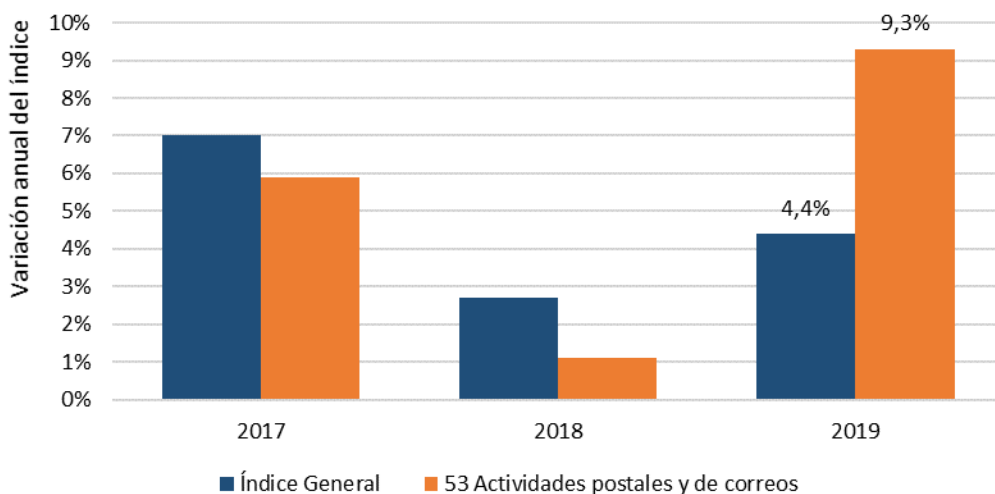
*Estas ventas de bienes o servicios se contabilizan en términos netos, es decir, incluyendo las cargas repercutidas al cliente (transporte, envases, etc.), aunque se facturen por separado, pero deduciendo los descuentos sobre ventas por pronto pago, las devoluciones de ventas o el valor de envases devueltos, 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>31</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>)

**Gráfico 12. Evolución de los índices de cifra de negocios del sector servicios y las actividades postales y de correos (2017-2019).**

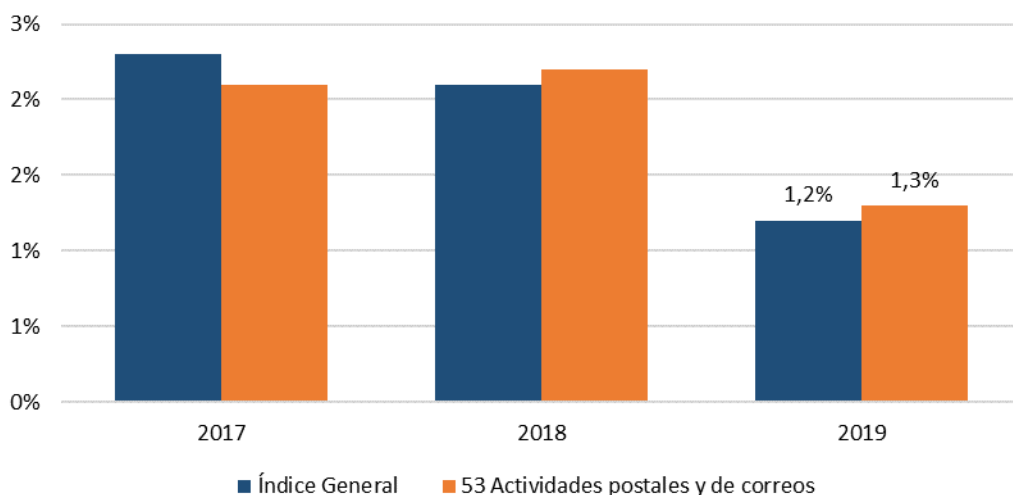


Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del INE.

En cambio, los índices de ocupación del sector servicios y de las actividades postales y de correos tuvieron un comportamiento muy similar en 2019. Así, el índice general terminó en el 1,2% y el de las actividades postales y de correos en un 1,3%.

También cabe destacar esos aumentos son menores en ambos casos que los que se produjeron en los dos años anteriores (2017 y 2018).

**Gráfico 13. Evolución de los índices de ocupación del sector servicios y las actividades postales y de correos (2017-2019).**



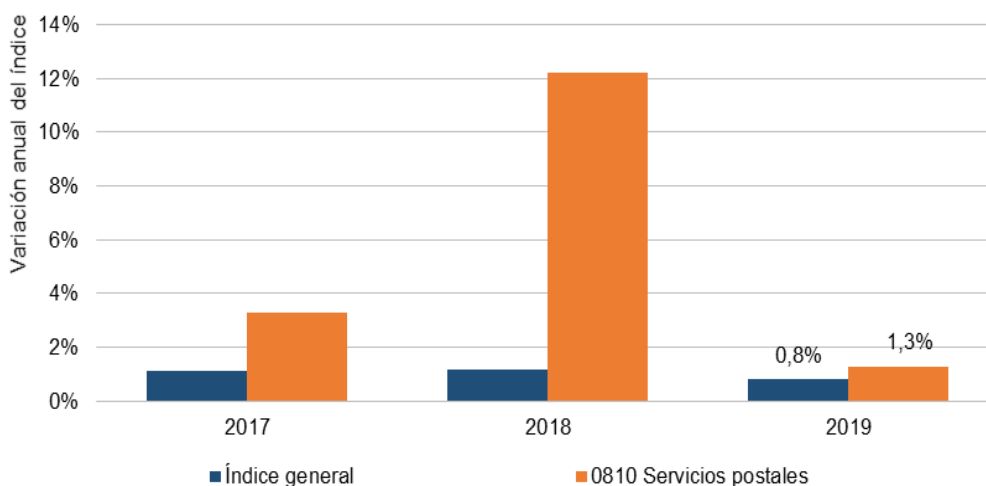
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del INE.



#### IV.1.2. Precios al consumo

En el caso del índice de precios al consumo los servicios postales han aumentado más que el índice general en los tres últimos años. Sin embargo, destaca que el aumento producido en los servicios postales durante 2019 (un 1,3%) fue muy inferior al que se produjo en 2018 (un 12,2%).

**Gráfico 14. Evolución del IPC general nacional y de los servicios postales (2017-2019).**



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

Según los indicadores analizados en el presente apartado, se aprecia que en los servicios postales crece más rápidamente su precio que el índice general. En cuanto a los índices de cifra de negocios y ocupación, el primero crece netamente más rápido en las actividades postales y de correos respecto al índice general mientras que, en el segundo, el índice de ocupación, el nivel de aumento es casi igual.

**Tabla 4. Principales indicadores de la actividad económica nacional (2019)**

Indicador		2019	Δ 2018/2019
Índice de cifra de negocios	Índice General	4,4%	+1,7 p.p.
	53 Actividades postales y de correos	9,3%	+8,2 p.p.
Índice de ocupación	Índice General	1,2%	-0,9 p.p.
	53 Actividades postales y de correos	1,3%	-0,9 p.p.
IPC	Índice general	0,8%	-0,4 p.p.
	0810 Servicios postales	1,3%	-10,9 p.p.

\*p.p.: Puntos porcentuales

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

## **V. EL MERCADO POSTAL EN ESPAÑA<sup>32</sup>**

El análisis del mercado postal en España, en el que había 1.827 operadores registrados al cierre de 2019, se realiza a partir de la información suministrada por una muestra representativa de ellos. Como ya se adelantó en la introducción de este informe, tras la entrada en vigor del RSPT se sustituyó el criterio de facturación para configurar esta muestra por el del número de empleados, utilizado por el mencionado reglamento<sup>33</sup>.

Además, y para evitar la doble contabilidad de facturación y envíos, se han excluido de la muestra empresas que cumplirían los criterios indicados pero que su operativa consiste en ejercer de intermediarios que admiten los envíos para luego encargar a otro operador el resto de las etapas de la cadena postal. La inclusión en la muestra de los primeros haría que su facturación y envíos se contabilizaran doblemente, tanto por ellos como por los operadores que gestionan el resto de las etapas.

El mercado postal español 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.

### **V.1. Mercado postal**

#### **V.1.1. Indicadores del mercado postal<sup>34</sup>**

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

Los ingresos generados por el mercado postal español durante 2019 fueron 5.313,6 millones de euros (un 9,1% más que el año 2018). Para alcanzar esas cifras, subieron tanto los ingresos del segmento SPT como los ingresos del segmento CEP.

En cambio, los envíos descendieron un -8,9% hasta llegar a los 2.968,3 millones de envíos. Si la subida de ingresos del mercado postal estaba sustentada tanto por el segmento SPT como por el segmento CEP, no ocurre lo mismo con los envíos. En este caso los envíos bajaron en el segmento SPT (un -10,9%) mientras que subieron en el segmento CEP (un 1,4%).

---

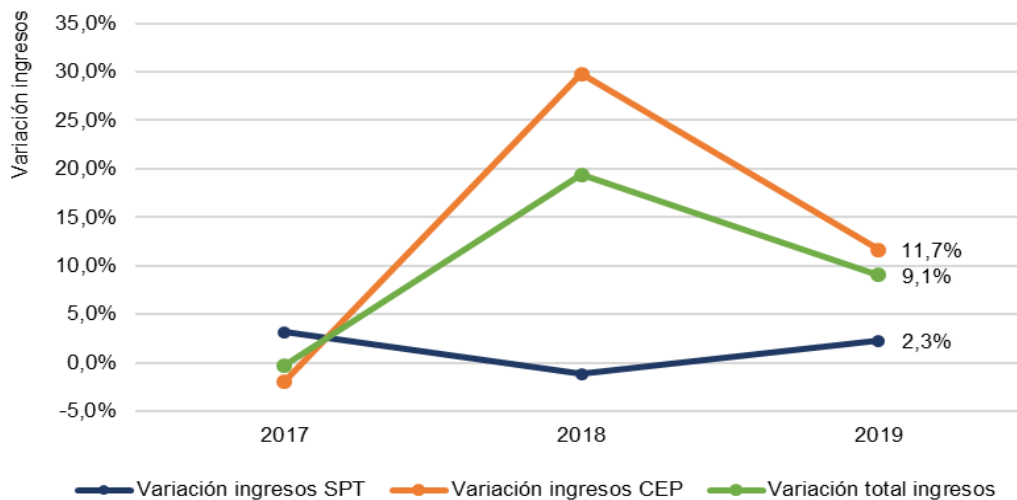
<sup>32</sup> Los datos están actualizados a 30 de junio de 2020, fecha límite para facilitar información a la CNMC por parte de los operadores postales de la muestra.

<sup>33</sup> Para mayor información, consultar el anexo sobre cambio de metodología en la definición de la muestra del informe.

<sup>34</sup> Los datos están actualizados a 30 de junio de 2020, fecha límite para facilitar información a la CNMC por parte de los operadores postales de la muestra.

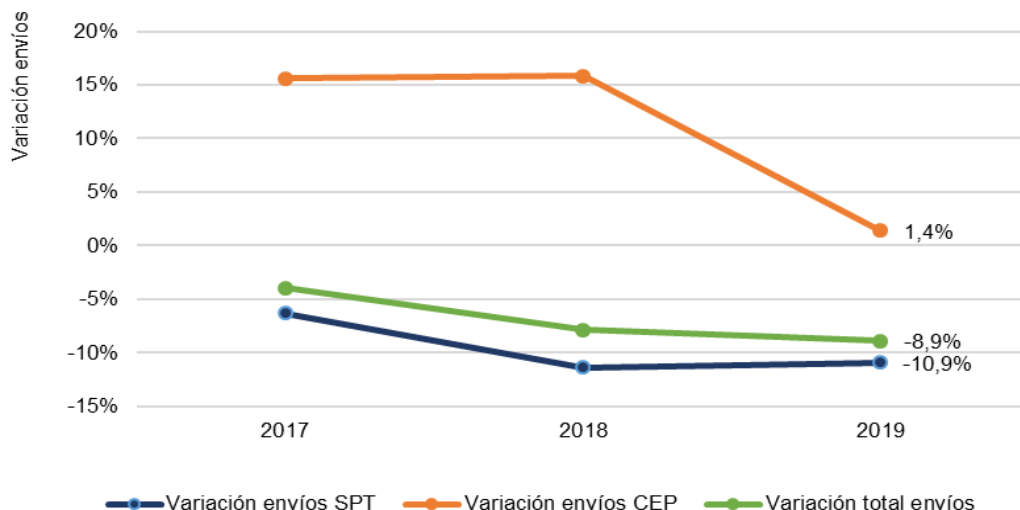
Mientras que los ingresos del mercado postal español provienen en su mayoría del segmento CEP (el 74,0%) en los envíos ocurre lo contrario, la mayor parte tienen su origen en productos del segmento SPT (un 81,8%).

**Gráfico 15. Variación de los ingresos en el mercado postal por tipo de ingreso y año (2017-2019).**



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

**Gráfico 16. Variación de los envíos en el mercado postal por tipo de envío y año (2017-2019).**



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

En resumen, los ingresos del mercado postal español han aumentado apoyados en ambos segmentos mientras que los envíos han disminuido

fundamentalmente como consecuencia de las bajadas en el segmento SPT.

**Tabla 5. Principales indicadores del mercado postal (2019)**

Indicador		2019	Δ 2018/2019
<b>Ingresos y envíos mercado</b>	Ingresos	5.313,6 M€	+9,1 %
	Envíos	2.968,3 M	-8,9 %
<b>Ingresos y envíos SPT</b>	Ingresos	1.382,0 M€	+2,3 %
	% sobre el total	26,0%	-1,7 p.p.
	Envíos	2.429,5 M	-10,9 %
	% sobre el total	81,8%	-1,8 p.p.
<b>Ingresos y envíos CEP</b>	Ingresos	3.931,6 M€	+11,7 %
	% sobre el total	74,0%	+1,7 p.p.
	Envíos	538,8 M	+1,4 %
	% sobre el total	18,2%	+1,8 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>35</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, el segmento SPT incluye, como productos con mucho más valor añadido, 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.

<sup>35</sup> Se trata de notas definitorias de carácter general que no excluyen que haya envíos concretos donde no se cumple alguna de las características.

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 asimilables a la paquetería que son distribuidos mediante la red de distribución postal tradicional sin valores añadidos y sin indemnización por retraso en la entrega<sup>36</sup>. Por características como los plazos de entrega poco exigentes, la ausencia de valores añadidos y la falta de indemnización podrían 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<sup>37</sup>, se considera adecuado ubicar este tipo de productos dentro del segmento CEP.

### **V.2.2 Principales operadores del segmento SPT**

En el mercado postal tradicional español operan 7 empresas con al menos 50 empleados<sup>38</sup>.








---

<sup>36</sup> Dentro de esta tipología se incluyen los denominados pequeños paquetes (small packets) pero también los envíos que, no siendo paquetes, contienen mercancías.

<sup>37</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."*

<sup>38</sup> Respecto a la muestra del año anterior los principales cambios han sido la exclusión de los operadores postales Andalucía Post, Elsan, La Cámara Onubense, Spring GDS y Tribugest por aplicación del nuevo criterio de tener de media 50 o menos empleados el año anterior así como la inclusión de dos empresas: Ara Vinc y Ontime.

**Tabla 6. Principales operadores del segmento SPT (2019).**

Tipología	Marca	Nombre
Operador público (Correos)		Correos y Telégrafos
Resto de operadores SPT		Akropost
		Ara Vinc
		Asendia
		Gureak Marketing
		Ontime
		RD Post

Fuente: Elaboración propia.

### V.2.3. Indicadores del segmento SPT<sup>39</sup>

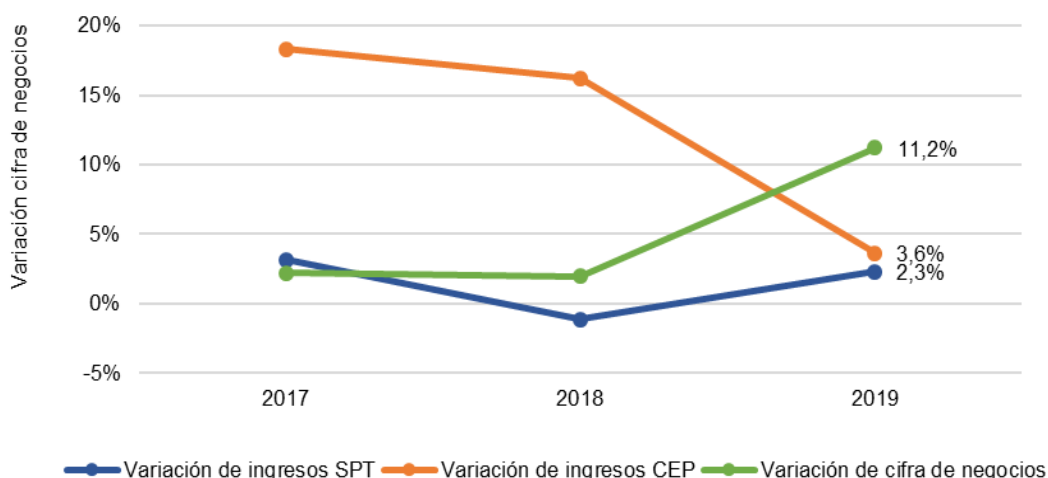
#### V.2.3.1. Cifra de negocios del segmento SPT

El primer indicador que permite analizar las empresas del segmento SPT es su cifra de negocios, este dato supuso un total de 2.081,8 millones de euros en 2019 (un 11,2% más que en 2018), siendo el primer año que supera los dos mil millones de euros.

Los ingresos postales que conforman la cifra negocios aumentaron en ambos casos, un 2,3% los ingresos SPT y un 3,6% los ingresos CEP.

<sup>39</sup> Los datos están actualizados a 30 de junio de 2020, fecha límite para facilitar información a la CNMC por parte de los operadores postales de la muestra.

**Gráfico 17. Variación de la cifra de negocios del segmento SPT por año y tipo de ingreso (2017-2019).**



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

A continuación, se van a presentar las cifras de negocios de cada una de las empresas de la muestra de este segmento agrupadas por tipología.

En cuanto al operador público<sup>40</sup>, su cifra de negocios en 2019 fue de 1.967,0 millones de euros (un 10,2% más que en 2018). A primera vista ya se aprecia que la cifra de negocios del operador público explica casi toda la cifra de negocios del sector; en concreto, el 94,5% del total.

El resto de operadores SPT alcanzaron los 114,8 millones de euros de cifra de negocio en 2019 mostrando en todos los casos aumentos respecto al año anterior, especialmente en los casos de Asendia (un 37,6% más) y RD Post (un 64,8% más)<sup>41</sup>.

<sup>40</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 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.

<sup>41</sup> Hay que tener en cuenta que los operadores Ara Vinc y Ontime es la primera vez que se incorporan a la muestra por lo que no existe dato del año anterior con el que comparar.

**Gráfico 18. Evolución de la cifra de negocios del Resto de operadores SPT en el segmento SPT por año (2017-2019).**



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

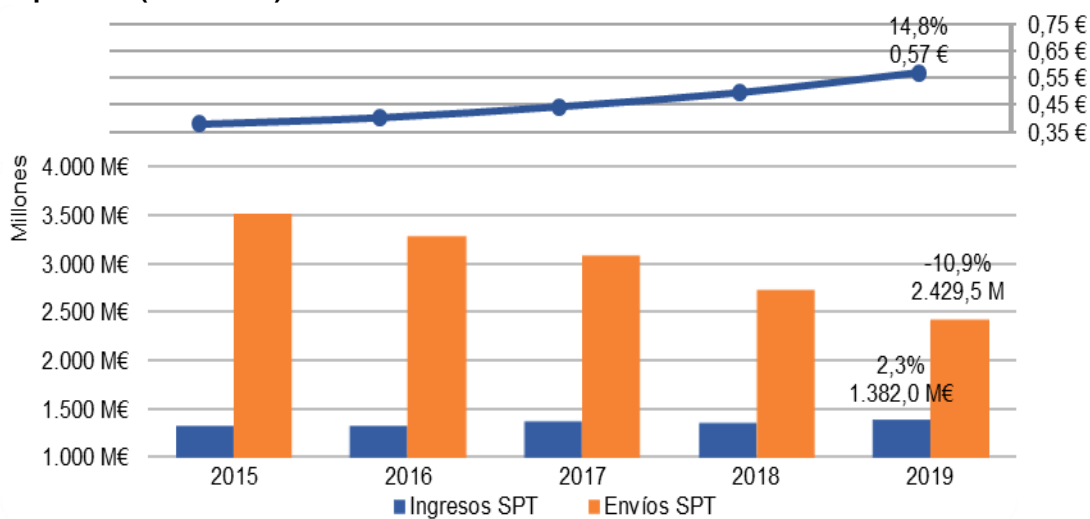
### V.2.3.2. Ingresos y envíos del segmento SPT

El siguiente paso es ver los datos de ingresos y envíos de este sector. Aquí se aprecian tendencias muy claras con ingresos estables (con pequeñas subidas o bajadas de un año a otro), envíos a la baja e ingresos unitarios al alza.

El total de ingresos en 2019 creció hasta los 1.382,0 millones de euros (un 2,3% más que en 2018), mientras que los envíos cayeron un año más hasta los 2.429,5 millones (un 10,9% menos que el año anterior). Los ingresos unitarios, que llevan creciendo por encima del 10% desde hace tres años, aumentaron un 14,8% hasta los 0,57 euros.



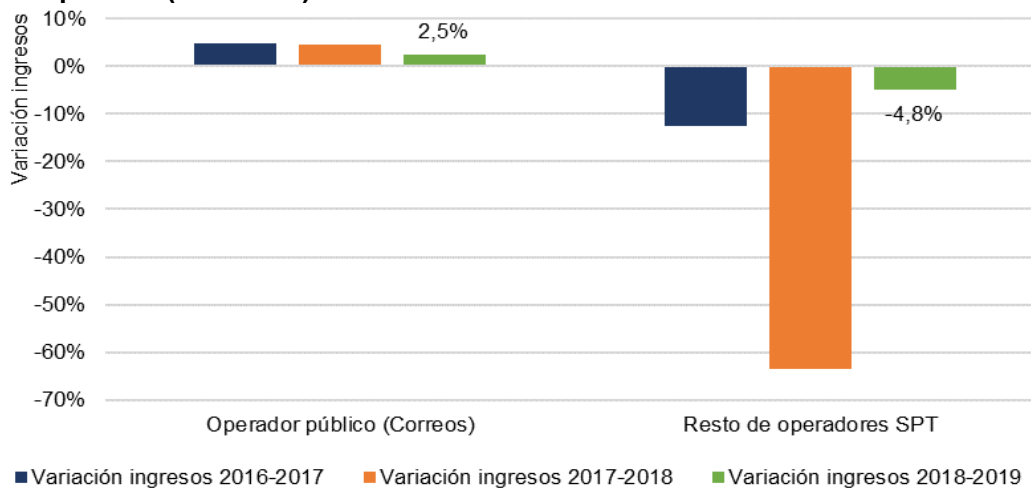
**Gráfico 19. Evolución de los ingresos, envíos e ingreso unitario del segmento SPT por año (2015-2019).**



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

Cuando se analizan los datos por tipología de operador, se observa que, como viene sucediendo desde 2016, la tasa de variación interanual es positiva en el caso del operador público (un 2,5% mayor que el año anterior) y negativa en el resto de operadores (un -4,8% respecto a 2018).

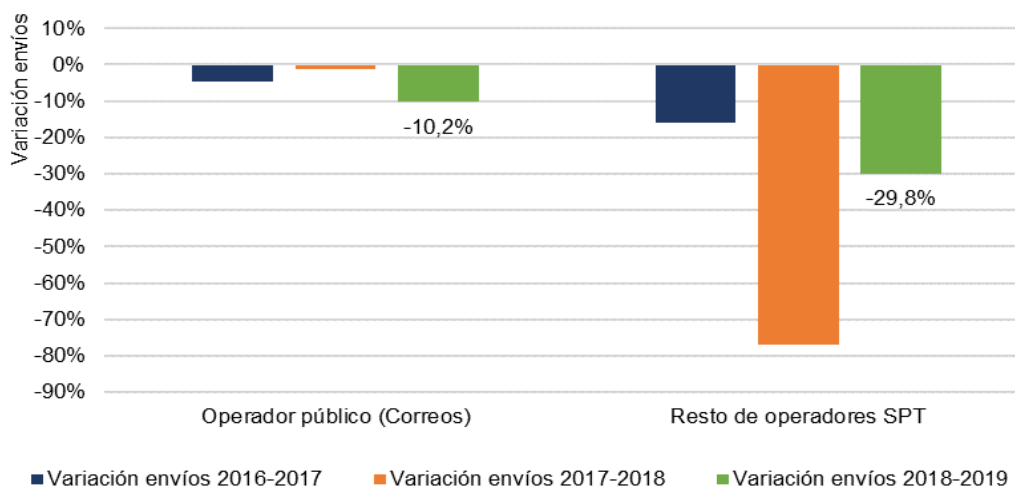
**Gráfico 20. Variación de los ingresos del segmento SPT por año y tipología de operador (2017-2019).**



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

A diferencia de lo que ocurría con los ingresos, en el caso de los envíos la tasa de variación es negativa tanto en el operador público (-10,2%) como en el resto de operadores postales (-29,8%) del segmento SPT.

**Gráfico 21. Variación de los envíos del segmento SPT por año y tipología de operador (2017-2019).**

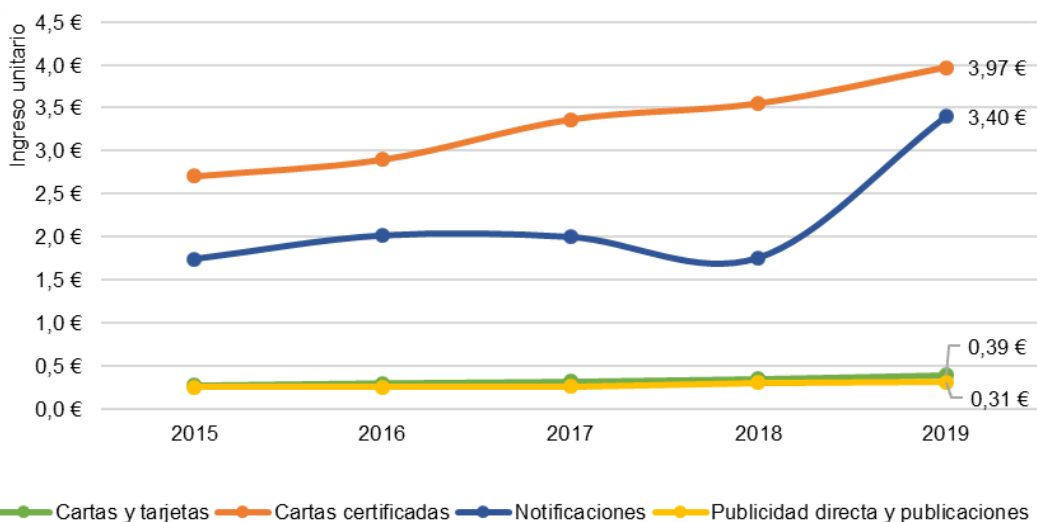


Fuente: Elaboración propia a partir de datos aportados por las empresas.

El ingreso unitario global en el segmento SPT ha venido aumentando en los últimos cuatro años. Además, el incremento ha estado por encima del 10% en los tres últimos años. En 2019 llegó a los 0,57 euros (un 14,8% más que el año anterior). Si ese ingreso unitario global se desglosa por productos, se observa que en todos ellos ha aumentado en los últimos cuatro años exceptuando las notificaciones en 2018. En 2019 las cartas y tarjetas postales aumentaron un 12,8% hasta los 0,39 euros, las cartas certificadas un 11,8% hasta los 3,97 euros, las notificaciones aumentaron hasta los 3,40 euros<sup>42</sup> y la publicidad directa y publicaciones aumentaron un 3,1% hasta los 0,31 euros.

<sup>42</sup> Hasta 2018 Correos no facilitaba el dato de notificaciones de forma diferenciada a las cartas certificadas. Por ello, el ingreso medio solo se computaba con los datos de otros operadores; en 2019 los datos correspondientes a las notificaciones administrativas incluyen tanto a Correos como al resto de operadores.

**Gráfico 22. Evolución del ingreso unitario del segmento SPT por año y tipo de producto (2015-2019).**

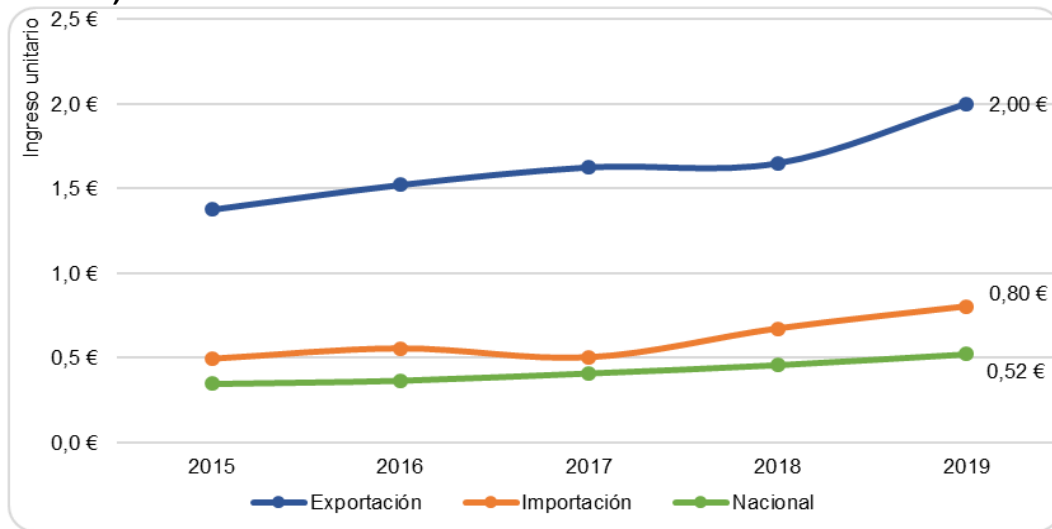


Fuente: Elaboración propia a partir de datos aportados por las empresas. La evolución en 2019 de las notificaciones está condicionada por ser el primer año en que Correos desglosa estos datos de la categoría de cartas certificadas.

Si en lugar de prestar atención a la tipología de producto se analiza el flujo de origen a destino de los envíos, el ingreso unitario presenta un aumento todavía mayor, sobre todo en los flujos de exportación e importación. Así, el ingreso unitario de exportación llegó hasta los 2,00 euros (un 21,2% más que el año anterior), el de importación creció hasta 0,80 euros (un 19,2% más que en 2018) y el ingreso unitario nacional se situó en 0,52 euros (un 13,9% más respecto a un año antes)<sup>43</sup>.

<sup>43</sup> Se debe tener en cuenta que estos fuertes aumentos se deben en buena medida al cambio metodológico realizado a la hora de ubicar los envíos de correspondencia que contienen mercancías. Si en los datos de 2018 se realizaban estimaciones que incluían productos cartas en los envíos CEP, en los datos de 2019 se ha limitado ese tipo de estimaciones para centrarlo en el producto más adecuado a estos fines. Para más información, consultar Anexo explicativo del cambio metodológico.

**Gráfico 23. Evolución del ingreso unitario del segmento SPT por año y flujo (2015-2019).**

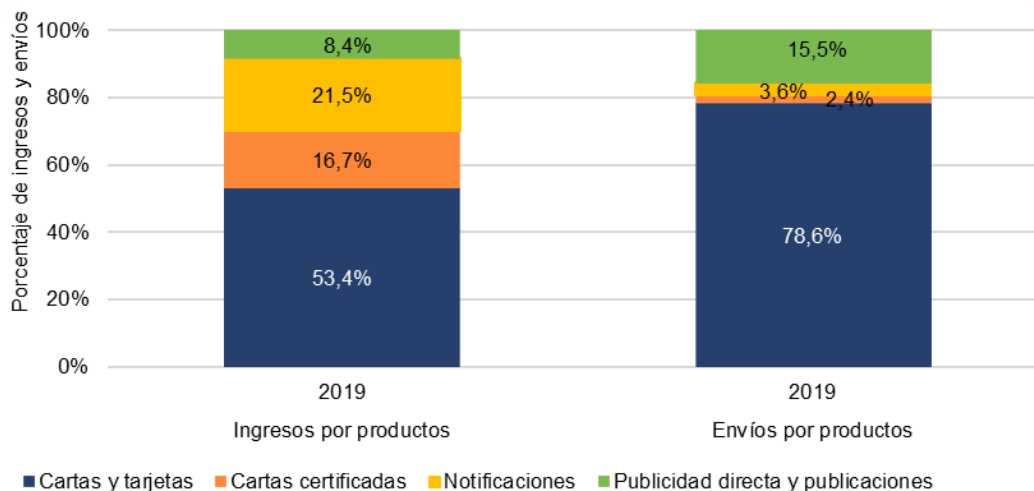


Fuente: Elaboración propia a partir de datos aportados por las empresas.

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

Las cartas y tarjetas postales ordinarias son el tipo de producto que predomina en el segmento SPT tanto por ingresos como por envíos. Supusieron en 2019 el 53,4% de los ingresos y el 78,6% de los envíos. El siguiente tipo de producto que mayor aportación tiene a los ingresos son las notificaciones, un 21,5% del total. Sin embargo, el siguiente tipo de producto desde la perspectiva del número de envíos no son las notificaciones sino la publicidad directa y publicaciones (15,5%).

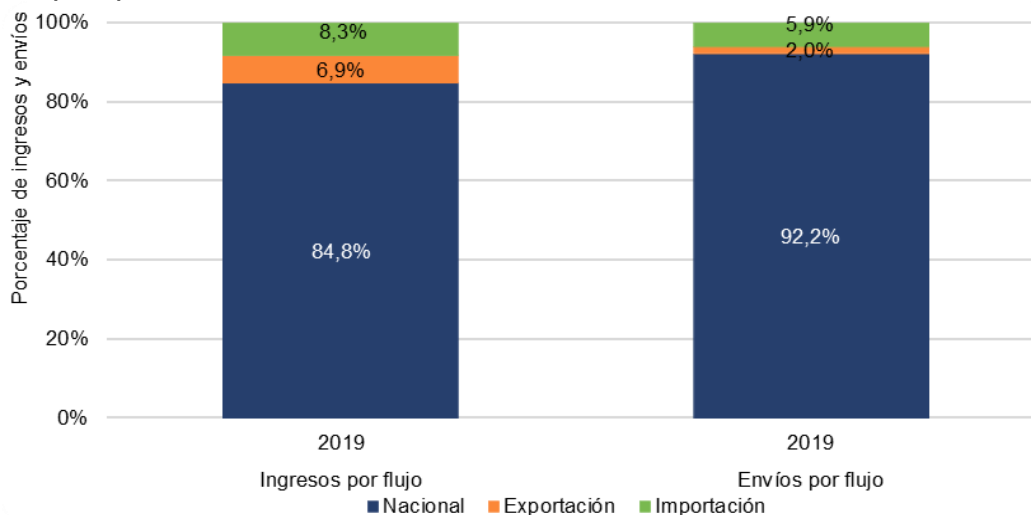
**Gráfico 24. Distribución de los ingresos y envíos del segmento SPT por año y tipo de producto (2019).**



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

En el segmento SPT hay poca presencia de los flujos de exportación e importación. Es el flujo de origen y destino nacional el que prácticamente acapara todo el segmento tanto por ingresos (el 84,8%) como por envíos (el 92,2%).

**Gráfico 25. Distribución de los ingresos y envíos del segmento SPT por año y flujo (2019).**

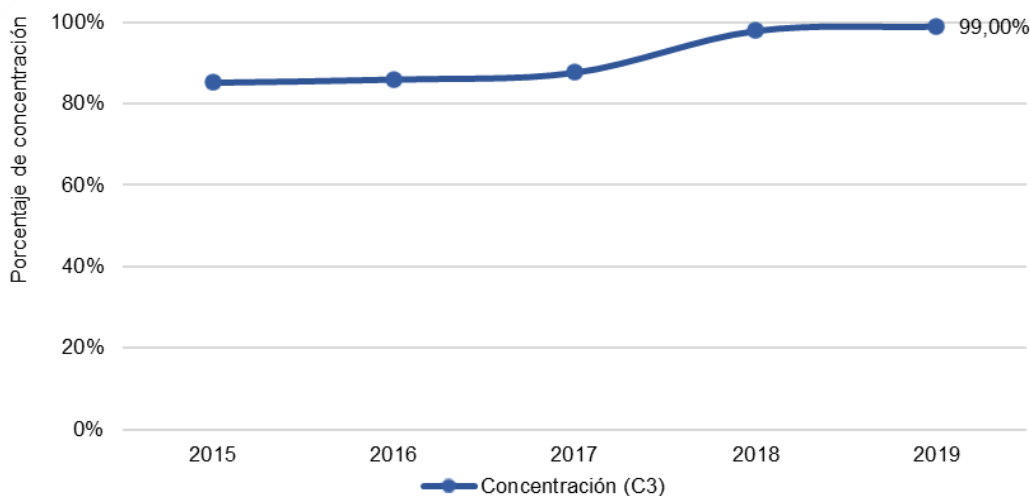


Fuente: Elaboración propia a partir de datos aportados por las empresas.

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

En los siguientes gráficos se presentan las cuotas de mercado dentro del segmento SPT desde varios puntos de vista. El primero de ellos es el grado de concentración que se aprecia en este segmento. Para ello se suma la cuota de mercado de los 3 operadores con mayor número de envíos admitidos cada año. En los últimos 5 años este valor siempre ha estado por encima del 85% y ha alcanzado el 99,0% en 2019.

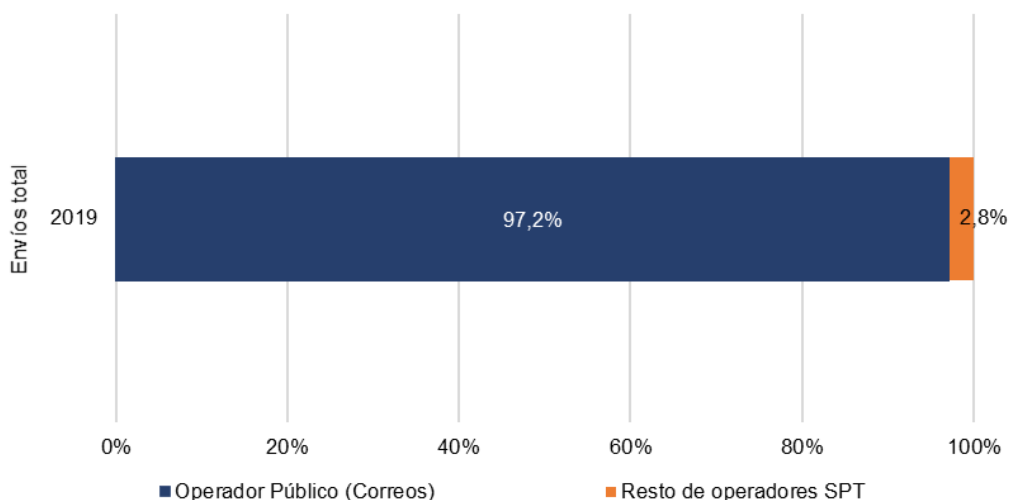
**Gráfico 26. Concentración (C3) en el segmento SPT por año y los 3 operadores con mayor número de envíos (2015-2019).**



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

El operador público gestionó el 97,2% de los envíos del segmento SPT quedando el 2,8% de los mismos para el resto de operadores.

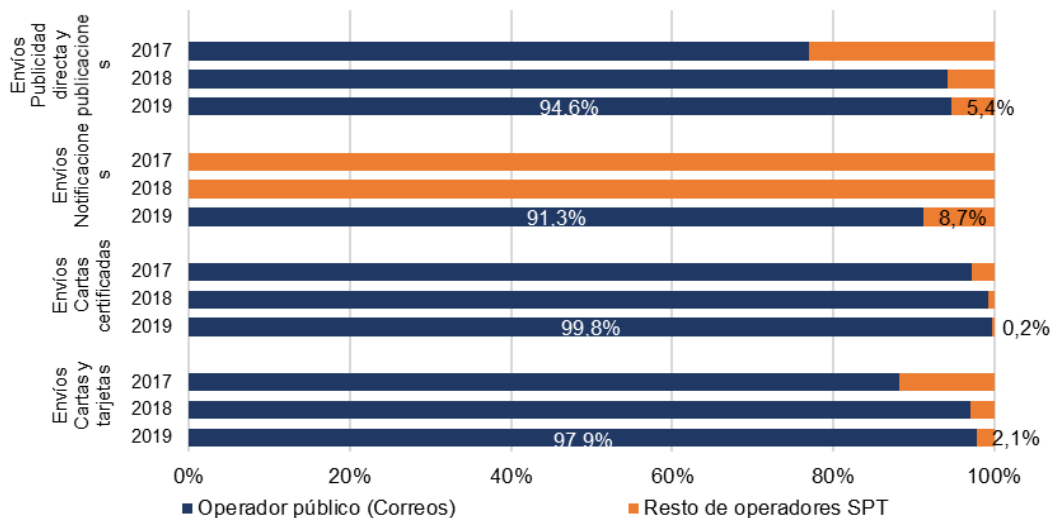
**Gráfico 27. Cuotas de mercado del segmento SPT en envíos totales por año y tipología de operador (2019).**



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

Si se desglosan las cuotas de mercado de esos envíos por tipología de producto, la cuota de mercado del operador público supera el 94% en todas ellas destacando el 97,9% en el caso de las cartas y tarjetas postales. La presencia del resto de operadores es algo mayor en cartas certificadas y notificaciones (5,4%) y publicidad directa (5,3%).

**Gráfico 28. Cuotas de mercado del segmento SPT en envíos por producto y tipología de operador (2017-2019)<sup>44</sup>.**

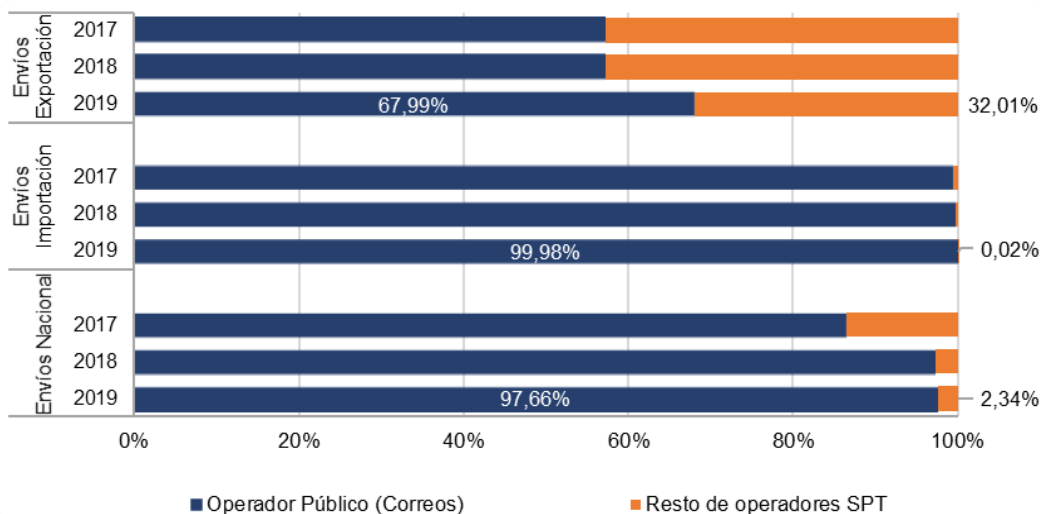


Fuente: Elaboración propia a partir de datos aportados por las empresas.

Al igual que ocurre con los productos, en cuanto a los flujos de origen y destino es el operador público quien tiene una mayor cuota de mercado en todos ellos. Lo más llamativo es que casi toda la importación es gestionada por el operador público. También se puede destacar como el resto de operadores alcanzan el 32,01% en el caso de la exportación debido a la presencia de operadores postales especializados en consolidar envíos de varios clientes para gestionar su remisión a otros países.

<sup>44</sup> Para poder interpretar el gráfico correctamente se debe tener en cuenta que los datos de notificaciones solo incluyen a Correos en el año 2019. En los años anteriores Correos no facilitaba este dato de forma individualizada y de ahí que el resto de operadores tengan una cuota del 100%.

**Gráfico 29. Cuotas de mercado del segmento SPT en envíos según flujo por año y tipología de operador (2017-2019).**

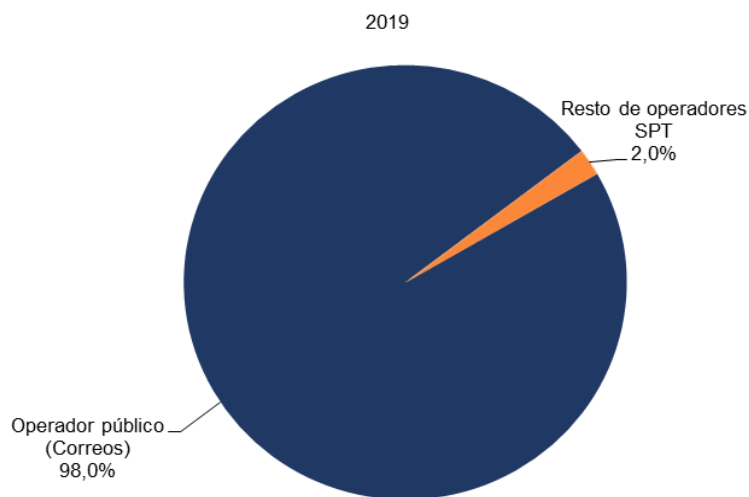


Fuente: Elaboración propia a partir de datos aportados por las empresas.

### V.2.3.5. Recursos del segmento SPT

En consonancia con su predominio en los ingresos y envíos del segmento SPT, la distribución de empleados señala que en 2019 el 98,0% de los mismos pertenecían al operador público, frente al 2,0% que supusieron los empleados de otros operadores<sup>45</sup>.

**Gráfico 30. Distribución de empleados del segmento SPT por tipología de operador (2019).**



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

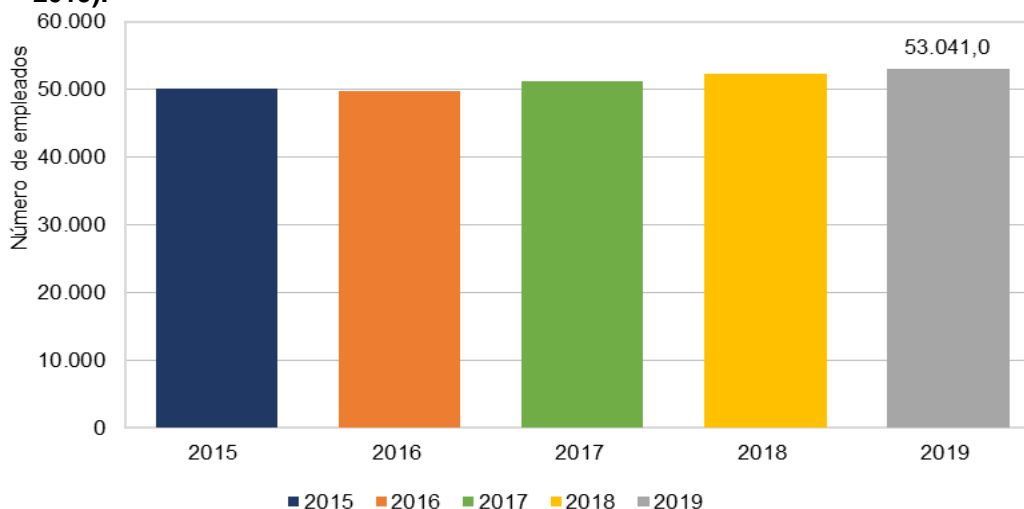
<sup>45</sup> Los empleados se han considerado en su medición full time equivalent (FTE) que es el total de horas trabajadas dividido por el promedio anual de horas trabajadas en trabajos a tiempo completo.



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

En 2019 ese número llegó hasta los 53.041 empleados, un 1,5% más que el año anterior. Durante los últimos 3 años, el número de empleados del operador público ha crecido en términos interanuales.

**Gráfico 31. Evolución del número de empleados del Operador público por año (2015-2019).**

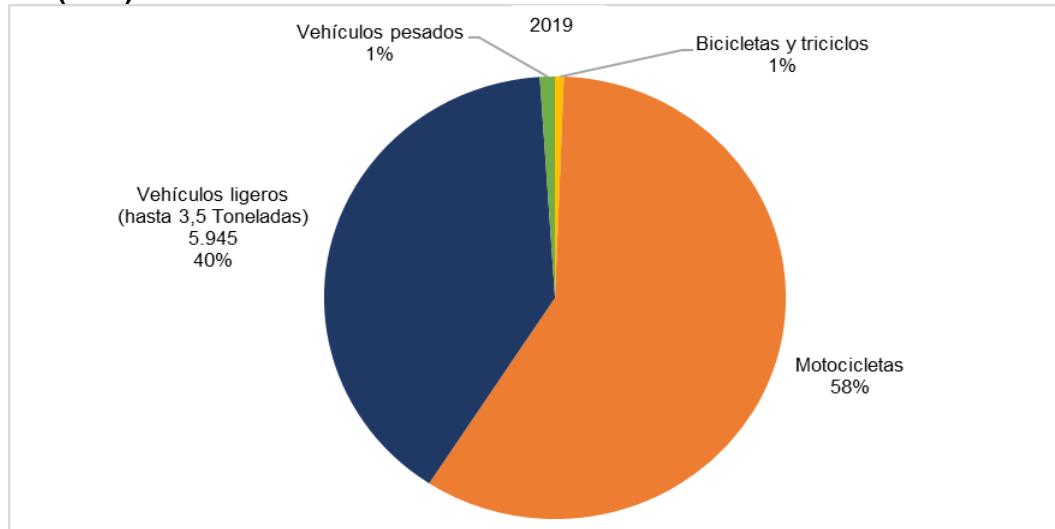


Fuente: Elaboración propia a partir de datos aportados por las empresas.

Dentro del segmento SPT la distribución de los envíos se realiza fundamentalmente por personal de reparto a pie. Sin embargo, bien para repartos de cierto volumen o dificultad bien como elemento auxiliar del reparto a pie, uno de los principales recursos materiales usados por los operadores postales de este segmento son los vehículos.

En el siguiente gráfico se puede ver la forma en que se distribuyen estos recursos en función de su tipología. Destaca el uso de motocicletas que representan el 58,6% y de los vehículos ligeros que suponen el 39,8%. Frente a ellos están los vehículos pesados con el 1,1% y las bicicletas/triciclos que se quedan en el 0,6% del total.

**Gráfico 32. Distribución de vehículos del segmento SPT por tipología de vehículo (2019).**



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

En resumen, en 2019 los envíos del segmento SPT disminuyeron un 10,9% mientras que los ingresos y el ingreso unitario aumentaron un 2,3% y un 14,8% respectivamente. Predominan los productos cartas y tarjetas postales con un 78,6% del total dentro de un mercado principalmente nacional (un 92,2%). El principal operador de este segmento es un año más el operador público.

**Tabla 7. Principales indicadores del segmento SPT (2019)**

Indicador		2019	Δ 2018/2019
<b>Ingresos y envíos</b>	Ingresos	1.382,0 M€	+2,3 %
	Envíos	2.429,5 M€	-10,9 %
	Ingreso unitario	0,57 €	+14,8 %
<b>Distribución envíos por productos</b>	Cartas y tarjetas	78,6%	+24,0 p.p.
	Cartas certificadas	2,4%	-32,4 p.p.
	Notificaciones	3,6%	+2,7 p.p.
	Publicidad directa y publicaciones	15,5%	+5,8 p.p.
<b>Distribución envíos por origen y destino</b>	Exportación	2,0%	-0,5 p.p.
	Importación	5,9%	+2,8 p.p.
	Nacional	92,2%	-2,3 p.p.
<b>Cuotas de mercado por envíos</b>	Concentración (C3)	99,00%	+1,1 p.p.
	Operador Público (Correos)	97,2%	+0,8 p.p.
	Resto de operadores SPT	2,8%	-0,8 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.
- 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, los productos asimilables a paquetería que son distribuidos por las redes de distribución postal tradicional poseen características que permitirían situarlos 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 el sector postal español operan 22 empresas en el segmento CEP con 50 trabajadores o más<sup>46</sup>.

Las 22 se han agrupado en las tipologías: independientes<sup>47</sup>, integradoras<sup>48</sup>, operador público y redes de transporte urgente de ámbito nacional<sup>49</sup>. Respecto a 2018, se ha modificado la tipología de GLS que, tras

---

<sup>46</sup> Las principales diferencias respecto a la muestra del año anterior son la inclusión de Ara Vinc, CTT Express (en sustitución de T outline, empresa a la que ha adquirido) y Ontime.

<sup>47</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>48</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>49</sup> Se entiende por red, aquel sistema de cooperación entre empresas, en donde cada empresa integrante o participante, manteniendo su independencia jurídica y autonomía gerencial, decide voluntariamente participar en un esfuerzo conjunto con otras para la búsqueda de un objetivo común y bajo la dirección de una empresa, consolidada en el sector, que actúa como cabecera o central que provee una marca o imagen común a todas ellas y experiencia en la gestión del negocio concreto. La empresa cabecera o central será aquella que los represente a efectos de la petición de información para minimizar la carga administrativa.

Dentro de la red se puede diferenciar una o varias empresas que actúan como central, cabecera o matriz y muchas empresas que actúan como integrantes o participantes de la red para darle capilaridad:

- Central, cabecera o matriz de una red: empresa(s) que dentro de una red se encarga(n) de coordinar y/o gestionar el conjunto de empresas que componen la red. Sus funciones pueden consistir entre otras en la gestión de la marca bajo la que actúan, la fijación de tarifas para toda la red, decidir las empresas que forman parte de la red e incluso gestionar directamente algunos clientes de la red.
- Integrante o participante de una red: cada una de las empresas que coordina la central, cabecera o matriz y que prestan servicios postales normalmente en un área geográfica concreta y que dan capilaridad a la

la compra de ASM y de Redyser, tiene una estructura organizativa que encaja mejor en la tipología “redes de transporte urgente de ámbito nacional” que en la anterior tipología de “independientes”.

**Tabla 8. Principales operadores del segmento CEP (2019).**

Tipología	Marca	Nombre
Independientes		Ara Vinc
		Asendia
		ICS
		Spring GDS
		Overtime
		Rapid Express
Integradoras		DHL Express y Parcel
		FedEx
		TNT <sup>50</sup>
		UPS
Operador público (Correos y Correos Express)		Correos Express
		Correos y Telégrafos
Redes de transporte urgente de ámbito nacional		CTT Express
		Envialia
		GLS
		MRW
		NACEX
		Sending
		SEUR
		TIPSA
		Zeleris

Fuente: Elaboración propia.

red. Su vinculación jurídica con la empresa central, cabecera o matriz puede ser de diferente índole, pero la finalidad siempre es la misma, la prestación coordinada de servicios postales bajo una misma marca.

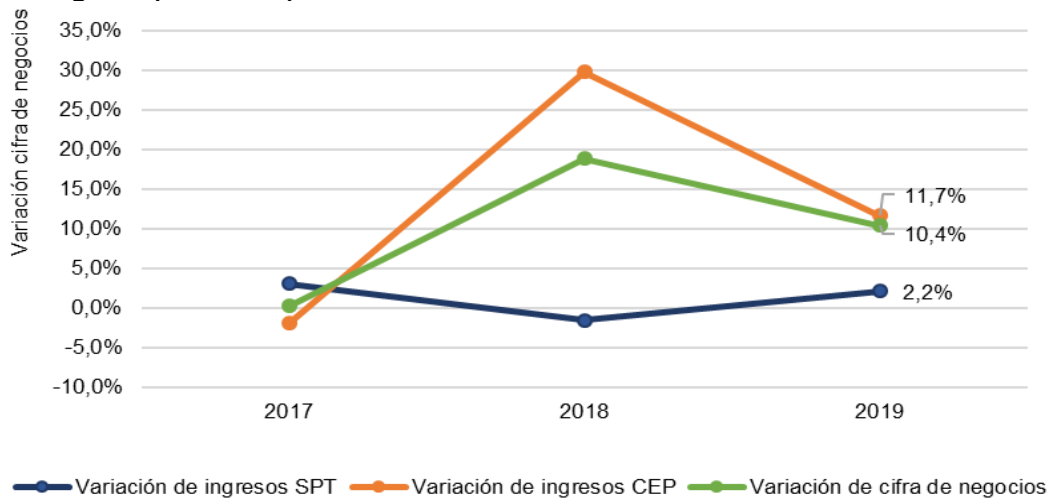
<sup>50</sup> Como en años anteriores, TNT se muestra como empresa individual a pesar de que fue comprada por FedEx en 2016. La razón es que en el mercado español sigue operando con su propia marca diferenciada de FedEx.

### V.3.3. Indicadores del segmento CEP<sup>51</sup>

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

Durante 2019 la cifra de negocios de los operadores del segmento CEP se situó en 6.400,8 millones de euros, con un aumento un 10,4% respecto a 2018. Este aumento responde casi por completo al crecimiento de los ingresos por productos CEP, que aumentaron un 11,7% frente al 2,2% de incremento de los ingresos SPT.

**Gráfico 33. Variación de la cifra de negocios del segmento CEP por año y tipo de ingreso (2017-2019).**



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.

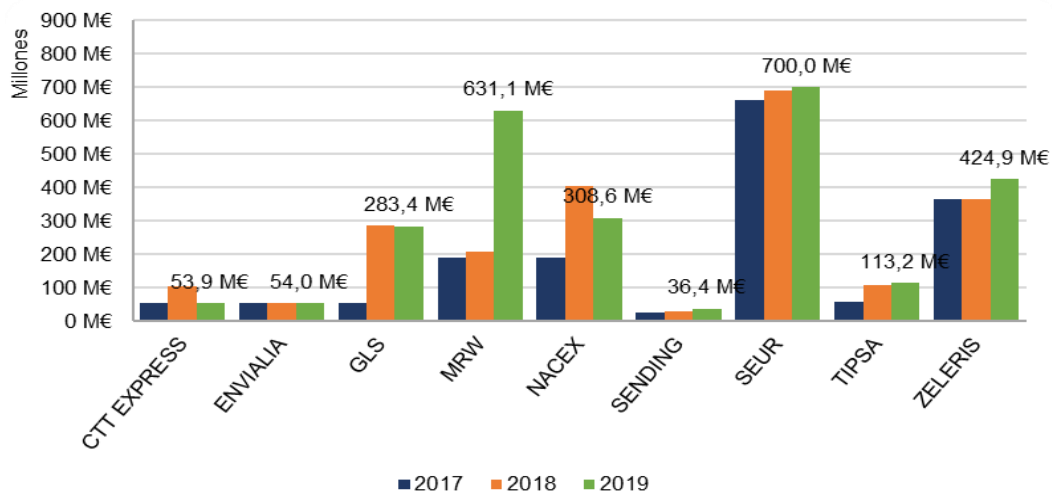
La primera es la del operador público. En este apartado se considera operador público tanto a Correos como a Correos Express, puesto que las dos empresas prestan servicios en el segmento CEP (a diferencia del segmento SPT donde Correos Express no tiene presencia). Estas dos sociedades pertenecientes al mismo grupo empresarial alcanzaron los 2.242,1 millones de euros en 2019 (un 10,8% más que en 2018).

La siguiente tipología de operadores que se presenta es la de las redes de transporte urgente de ámbito nacional que tuvieron en 2019 un total de 2.605,5 millones de euros de cifra de negocios<sup>52</sup>.

<sup>51</sup> Los datos están actualizados a 30 de junio de 2020, fecha límite para facilitar información a la CNMC por parte de los operadores postales de la muestra.

<sup>52</sup> Dada la estructura empresarial de este tipo de empresas, dentro de la cifra de negocio de cada una de ellas se ha incluido la estimación de la cifra de negocios del conjunto de empresas que forman cada red y no solo la cifra de negocios de las empresas matrices o centrales. Dicha estimación ha sido realizada por las empresas y no por la CNMC.

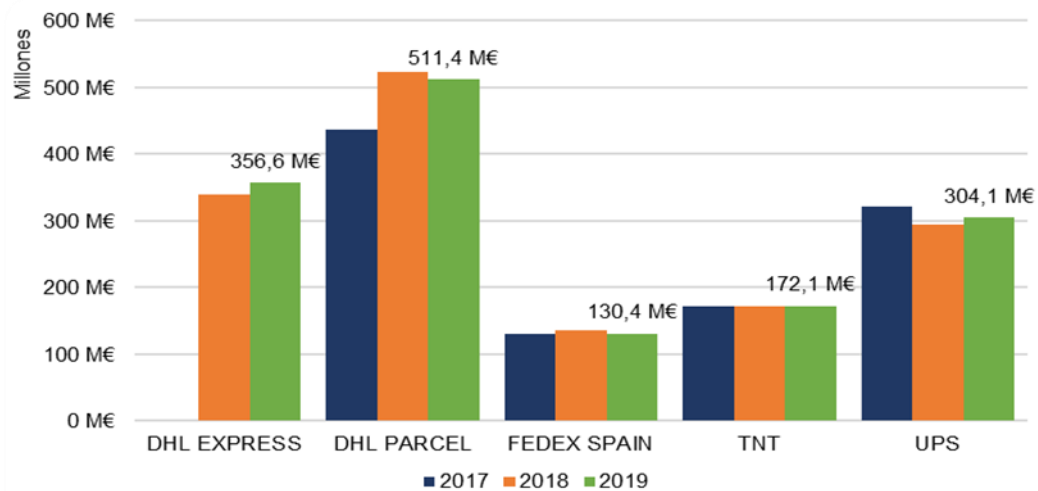
**Gráfico 34. Evolución de la cifra de negocios de las redes de transporte urgente de ámbito nacional en el segmento CEP por año (2017-2019).**



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

En la tipología de las integradoras todos los operadores tuvieron mayor cifra de negocios que en 2018 excepto DHL Parcel y FedEx Spain que la disminuyeron un 2,1% y un 3,6% respectivamente. La cifra de negocios de las cinco empresas incluidas en esta tipología sumó 1.474,6 millones de euros.

**Gráfico 35. Evolución de la cifra de negocios de las integradoras en el segmento CEP por año (2017-2019).**

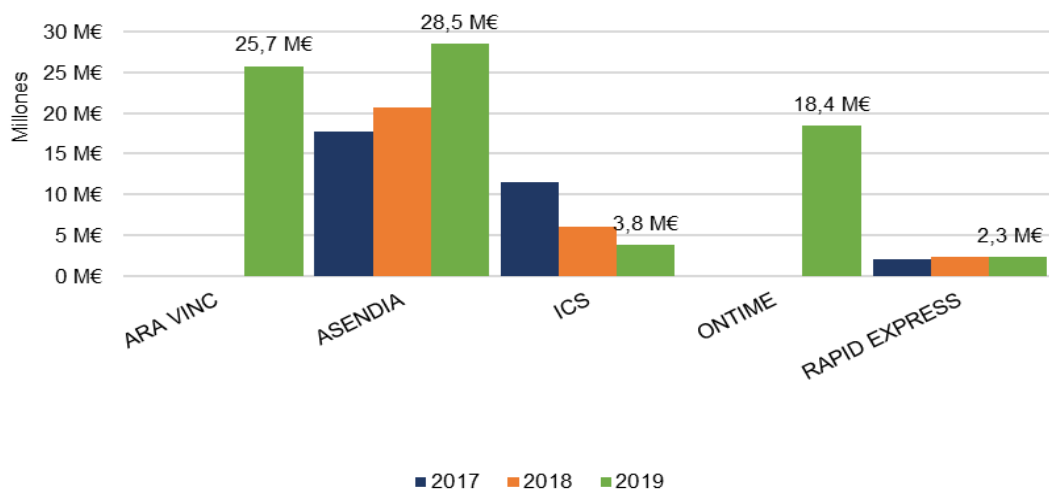


Fuente: Elaboración propia a partir de datos aportados por las empresas.

Los operadores de la tipología independientes declararon 78,7 millones de euros de cifra de negocios en 2019 destacando en el lado positivo el

aumento de un 37,6% en el caso de Asendia y en el lado negativo la disminución de un 37,2% en el caso de ICS<sup>53</sup>.

**Gráfico 36. Evolución de la cifra de negocios de los operadores independientes en el segmento CEP por año (2017-2019).**



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

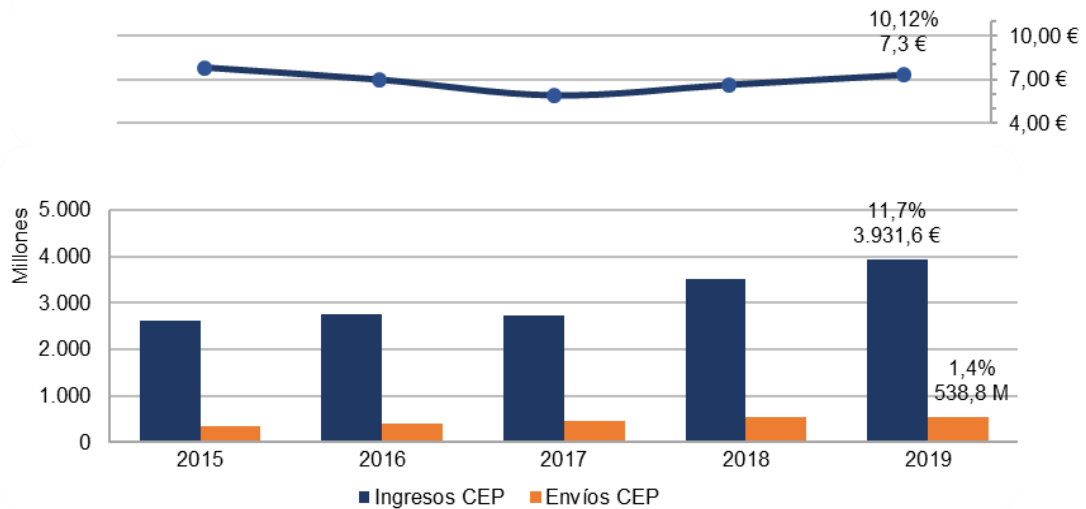
### V.3.3.2. Ingresos y envíos del segmento CEP

Una vez analizada toda la cifra de negocios de los operadores del segmento CEP, los siguientes apartados se centran solo en los ingresos y envíos propiamente del segmento CEP excluyendo el resto de negocios que puedan tener estos operadores.

Durante 2019 se apreciaron aumentos tanto en envíos como en ingresos dentro del segmento CEP y, como extensión de los mismos, también aumentó el ingreso unitario. No obstante, mientras que los envíos aumentaron un ligero 1,4% hasta los 538,8 millones de envíos, los ingresos subieron bastante más, en concreto el 11,7% hasta los 3.931,6 millones de euros. El ingreso unitario alcanzó los 7,3 euros subiendo respecto al año 2018 un 10,1%.

<sup>53</sup> La fuerte disminución de la cifra de negocios de ICS se debe en casi su totalidad a la escisión de la empresa en varias sociedades de manera que el negocio postal ha quedado solo en una de ellas (la que se incluye en este informe) que, además, ha ajustado su tamaño a su situación dentro del mercado postal español.

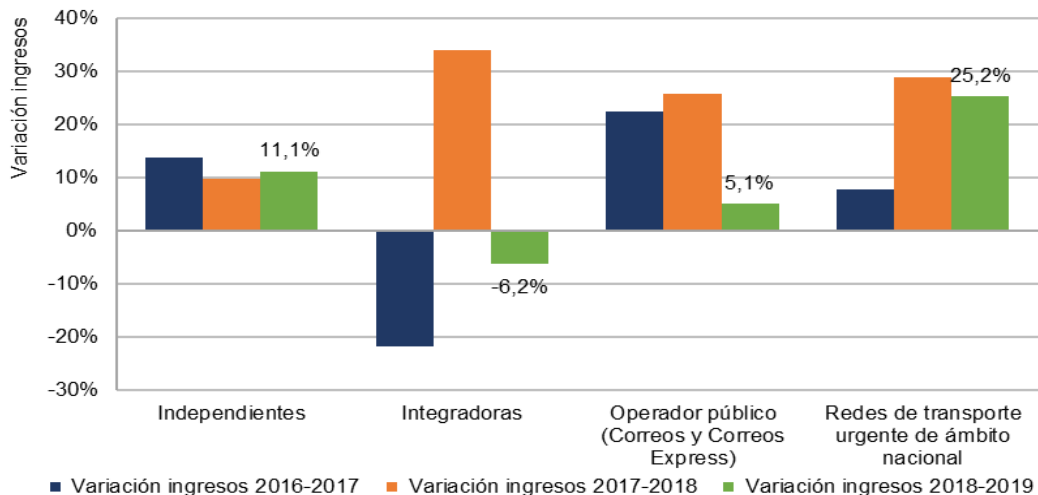
**Gráfico 37. Evolución de los ingresos, envíos e ingreso unitario del segmento CEP por año (2015-2019).**



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

En los siguientes gráficos se va a observar el comportamiento de los ingresos y los envíos del segmento CEP diferenciados por tipología de operador. Desde esta perspectiva hay que señalar que todas las tipologías presentaron en 2019 aumento en los ingresos excepto la tipología de las integradoras. Destaca especialmente el aumento de los mismos en el caso de las redes de transporte urgente de ámbito nacional, un 25,2% más que en 2018.

**Gráfico 38. Variación de los ingresos del segmento CEP por año y tipología de operador (2017-2019).**



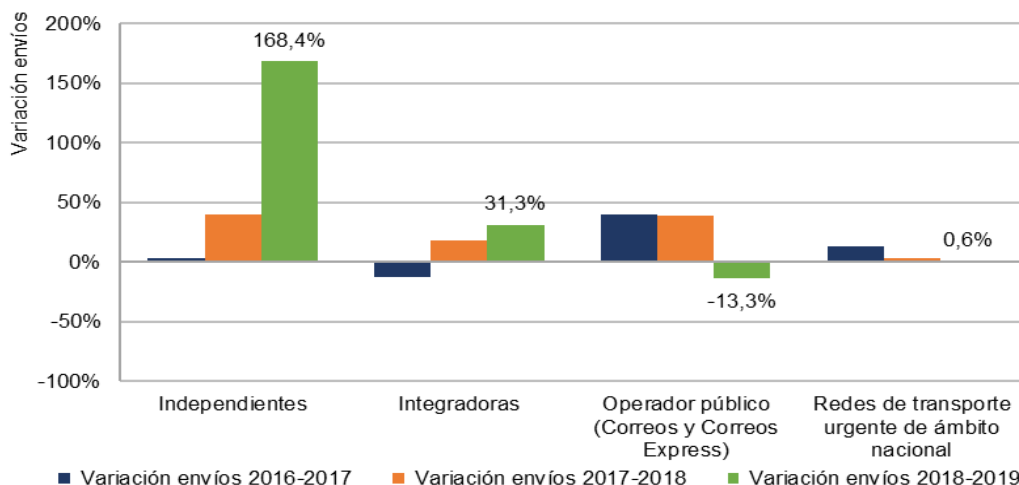
Fuente: Elaboración propia a partir de datos aportados por las empresas.

En cuanto a los envíos, nuevamente todas las tipologías de operador presentan aumentos excepto una, el operador público, que disminuyó un



13,3% respecto al año anterior<sup>54</sup>. Llama la atención el aumento del 168,4% en la tipología de los operadores independientes, pero hay que recordar que la inclusión de dos nuevos operadores, Ontime y Ara Vinc, explican ese fuerte aumento puesto que no se incluyeron en la muestra de empresas del año 2018.

**Gráfico 39. Variación de los envíos del segmento CEP por año y tipología de operador (2017-2019).**



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

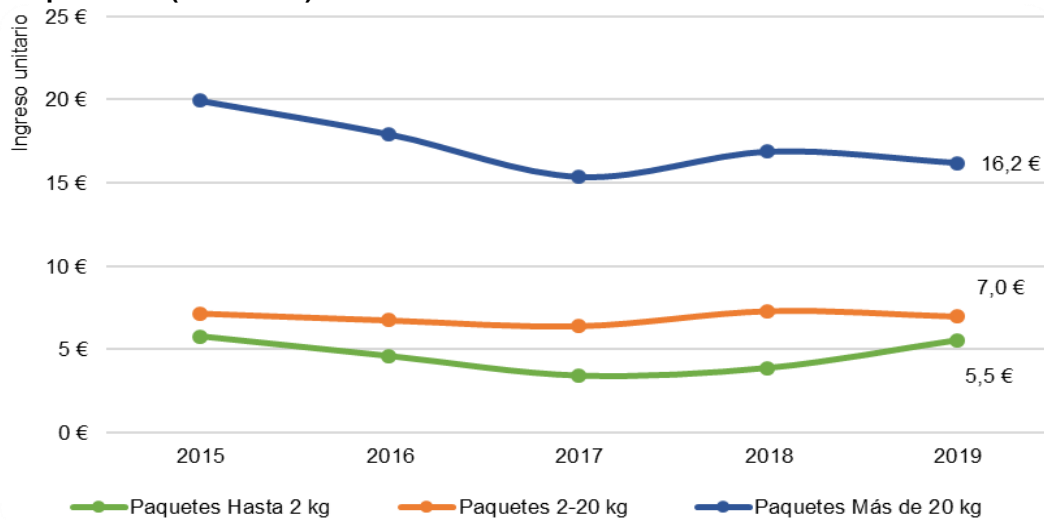
A continuación, se analiza el comportamiento del ingreso unitario que resulta de dividir los ingresos entre los envíos desde dos perspectivas: producto y flujo de origen y destino. El primer enfoque es por tipo de producto<sup>55</sup>.

En 2019 disminuyó el ingreso unitario de los paquetes de más de 20 kilos y los paquetes entre 2 y 20 kilos hasta llegar a 16,2 euros y 7,0 euros respectivamente. Sin embargo, en los paquetes hasta 2 kilos que, como se verá más adelante son los más habituales, el ingreso unitario aumentó hasta los 5,5 euros.

<sup>54</sup> El descenso del 13,3% en el caso del Operador público se debe fundamentalmente al cambio de metodología en la asignación de los envíos diferentes a paquetes que contienen mercancías. Esta nueva metodología ha hecho que al año 2019 se hayan asignado al segmento SPT envíos que en años anteriores se venían asignando al segmento CEP.

<sup>55</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.

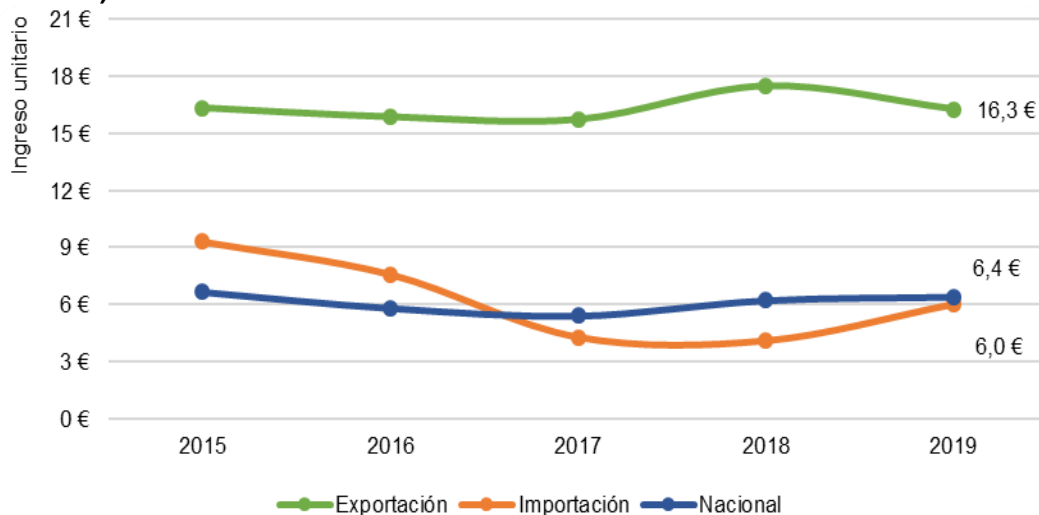
**Gráfico 40. Evolución del ingreso unitario del segmento CEP por año y tipo de producto (2014-2018).**



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

Desde el punto de vista del flujo de origen a destino, el ingreso unitario de exportación disminuyó respecto a 2018 hasta quedar en los 16,3 euros. En el lado opuesto, tanto el flujo nacional como el de importación aumentaron hasta los 6,4 euros en el caso del flujo nacional y los 6,0 euros en el caso del flujo de importación.

**Gráfico 41. Evolución del ingreso unitario del segmento CEP por año y flujo (2015-2019).**



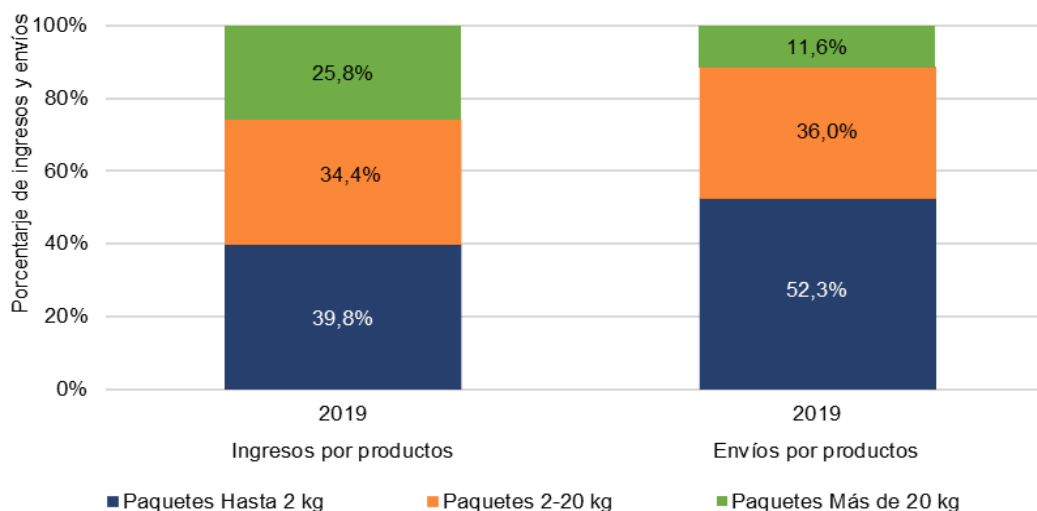
Fuente: Elaboración propia a partir de datos aportados por las empresas.

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

En este apartado se presenta la distribución de los ingresos y envíos, tanto por producto como por flujo de origen y destino.

Por tipo de producto, los paquetes de hasta 2 kilos representan el mayor porcentaje tanto por ingresos como por envíos, un 39,8% en el primer caso y un 52,3% en el segundo. Esto se explica en buena medida por los envíos provenientes del comercio electrónico, que en general son de un peso reducido.

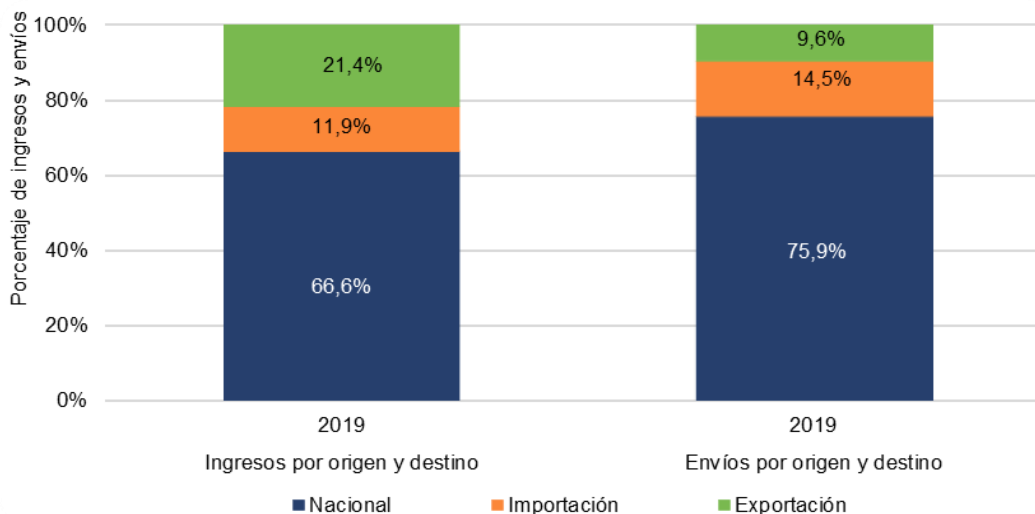
**Gráfico 42. Distribución de los ingresos y envíos del segmento CEP por año y tipo de producto (2019).**



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

El flujo nacional representó en 2019 el 66,6% de los ingresos y el 75,9% de los envíos; el flujo de exportación que representó el 21,4% de los ingresos, mientras que el flujo de importación se quedó en el 11,9%. Por envíos, el segundo flujo en importancia, tras el nacional, fue el de importación con un 14,5% y el último el flujo de exportación con un 9,6%.

**Gráfico 43. Distribución de los ingresos y envíos del segmento CEP por año y flujo (2019).**

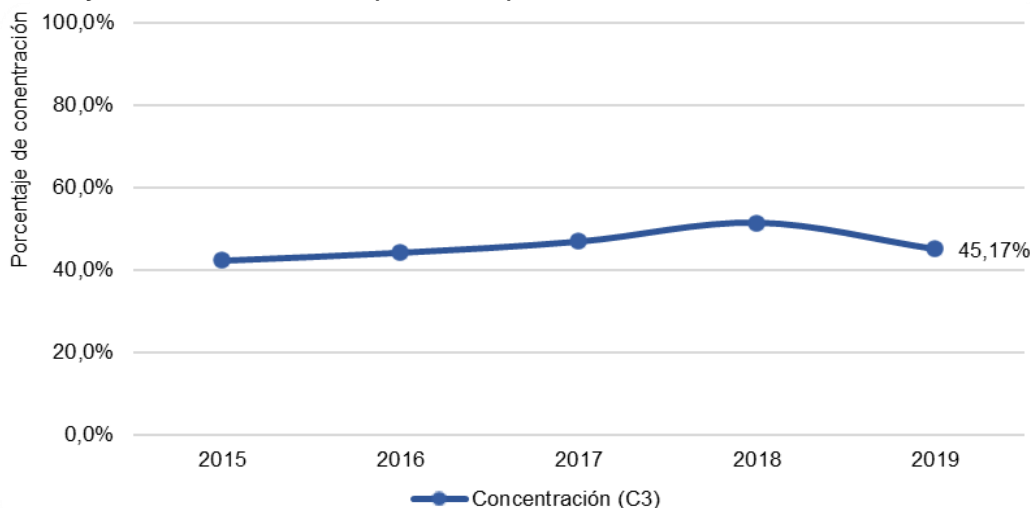


Fuente: Elaboración propia a partir de datos aportados por las empresas.

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

Por lo que se refiere al nivel de concentración del segmento CEP, la suma de la cuota de mercado de los 3 operadores con mayor número de envíos llegó en 2019 al 45,17%. Ello supone un comportamiento diferente al de los últimos años puesto que para los cuatro años anteriores este indicador siempre había subido, mientras que en 2019 ha bajado respecto al año anterior.

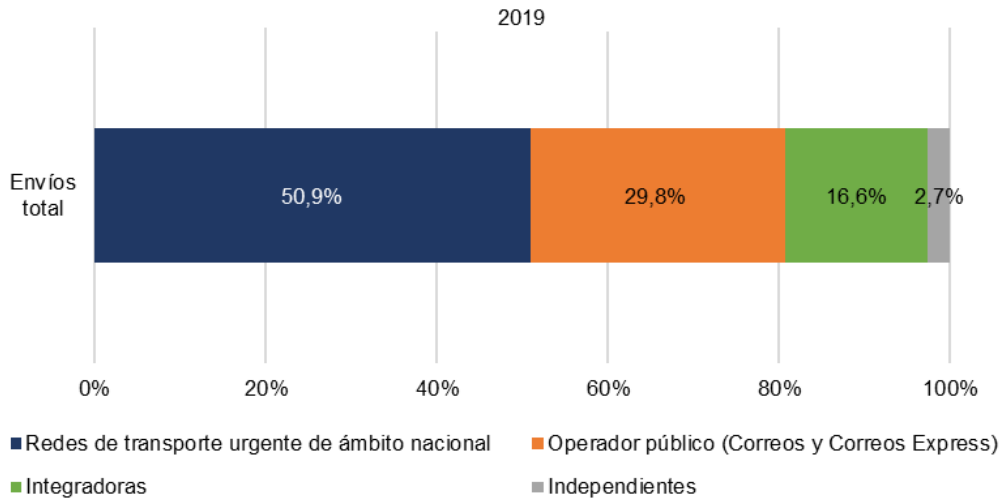
**Gráfico 44. Concentración (C3) en el segmento CEP por año y los 3 operadores con mayor número de envíos (2015-2019).**



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

Las redes de transporte urgente de ámbito nacional (con un 50,9% de los envíos en 2019) y el operador público (con un 29,8% de los envíos en 2019) gestionan más del 80% de los envíos CEP en el mercado postal español.

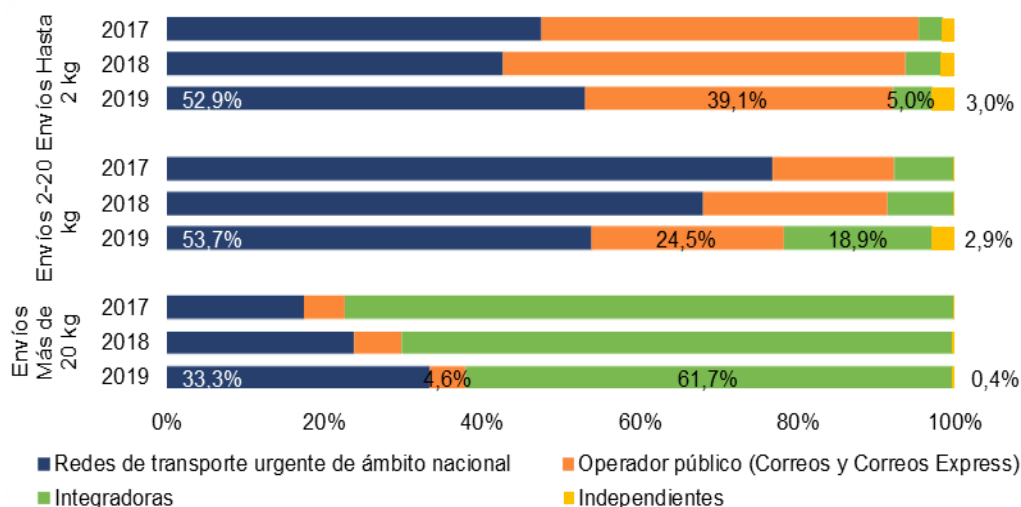
**Gráfico 45. Cuotas de mercado del segmento CEP en envíos totales por año y tipología de operador (2019).**



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

Las redes de transporte urgente de ámbito nacional son la tipología que mayor cuota de mercado tiene en los envíos CEP, con excepción de los envíos de más de 20 kilos donde son las integradoras las que más destacan. Así, mientras que las redes de transporte urgente de ámbito nacional gestionan más del 50% de los envíos de hasta 2 kilos y de entre 2 y 20 kilos, las integradoras gestionaron en 2019 el 61,7% de los envíos de más de 20 kilos. El operador público queda en un lugar intermedio destacando su presencia en los paquetes de hasta 2 kilos donde representa un 39,1% del total.

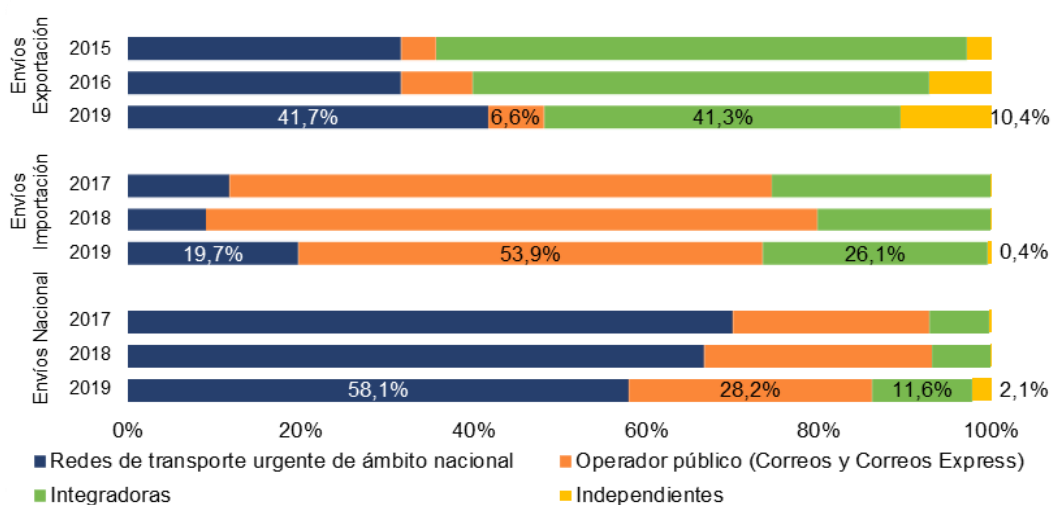
**Gráfico 46. Cuotas de mercado del segmento CEP en envíos por año y producto (2017-2019).**



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

Desde la perspectiva del flujo de origen y destino, nuevamente son las redes de transporte urgente de ámbito nacional las que más cuota de mercado presentan en casi todos los flujos. En el flujo nacional, tuvieron una cuota de mercado mayoritaria, al representar en 2019 el 58,1% del total. En la exportación su cuota de mercado, a pesar de ser también la mayor con un 41,7%, estaba casi a la par con la cuota de mercado de las integradoras que alcanzaron un 41,3% en 2019. En cambio, en el flujo de importación, la mayor cuota de mercado la tuvo en 2019 el operador público con un 53,9%.

**Gráfico 47. Cuotas de mercado del segmento CEP en envíos según flujo por año y tipología de operador (2017-2019).**

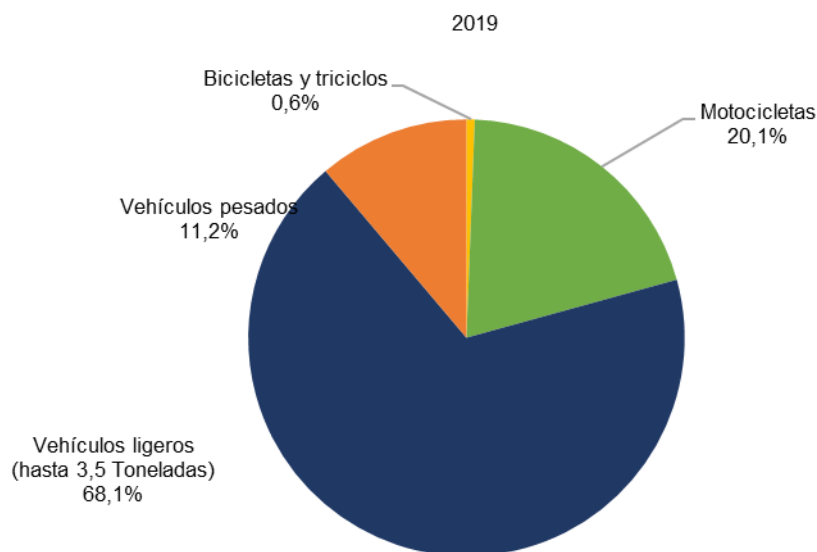


Fuente: Elaboración propia a partir de datos aportados por las empresas.

### V.3.3.5. Recursos del segmento CEP

Dentro del segmento CEP el tipo de vehículo que más se utiliza son los vehículos ligeros de hasta 3,5 toneladas. Representaron en 2019 el 68,1% del total con 30.741 vehículos. El siguiente tipo de vehículo más utilizado son las motocicletas que con 9.076 vehículos representaron el 20,1% del total. Indicar que las bicicletas y triciclos siguen aumentando año a año, pero siguen teniendo muy poca representación dentro del segmento CEP.

**Gráfico 48. Distribución de vehículos del segmento CEP por tipo de vehículo (2019).**



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

En resumen, el segmento CEP presentó en 2019 un fuerte aumento de los ingresos y algo más reducido en los envíos. En este segmento del sector postal predominan los paquetes hasta 2 kilos que se mueven dentro del flujo nacional. La tipología de operador que mayor cuota de mercado tiene es la de las redes de transporte urgente de ámbito nacional.

**Tabla 9. Principales indicadores del segmento CEP (2019)**

Indicador		2019	Δ 2018/2019
<b>Ingresos y envíos</b>	Ingresos	3.931,6 M€	+11,7 %
	Envíos	538,8 M	+1,4 %
	Ingreso unitario	7,3 €	+10,1 %
<b>Distribución envíos por productos</b>	Menos de 2 kg.	52,3%	+4,4 p.p.
	2-20 kg.	36,0%	-5,9 p.p.
	Más de 20 kg.	11,6%	+1,5 p.p.
<b>Distribución envíos por origen y destino</b>	Exportación	9,6%	+1,7 p.p.
	Importación	14,5%	-8,0 p.p.
	Nacional	75,9%	+6,3 p.p.
<b>Cuotas de mercado por envíos</b>	Concentración (C3)	45,17%	-6,3 p.p.
	Redes de transporte urgente de ámbito nacional	50,9%	-0,4 p.p.
	Operador público (Correos y Correos Express)	29,8%	-5,0 p.p.
	Integradoras	16,6%	+3,8 p.p.
	Independientes	2,7%	+1,7 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**

Este apartado se ha elaborado a partir de los datos del comercio electrónico y del Panel de Hogares<sup>56</sup> que la CNMC publica en su página web CNMC Data<sup>57</sup>. En 2019 la mayor parte de los datos del sector postal que proporciona el Panel de Hogares se recabaron únicamente en el segundo semestre del año, que es el que se ha tenido en cuenta para realizar las comparaciones respecto a años anteriores.

### **VI.1. Indicadores del uso de los servicios postales y comercio electrónico<sup>58</sup>**

#### **VI.1.1. Servicios postales**

El primer indicador que se analiza es el referido al producto tradicional del sector postal, las cartas. En este sentido, las cartas enviadas y recibidas por particulares se mantienen estables en la tendencia que predomina en los últimos años, de manera que casi tres cuartas partes de las personas encuestadas no enviaron ni recibieron ninguna carta en los seis meses anteriores.

---

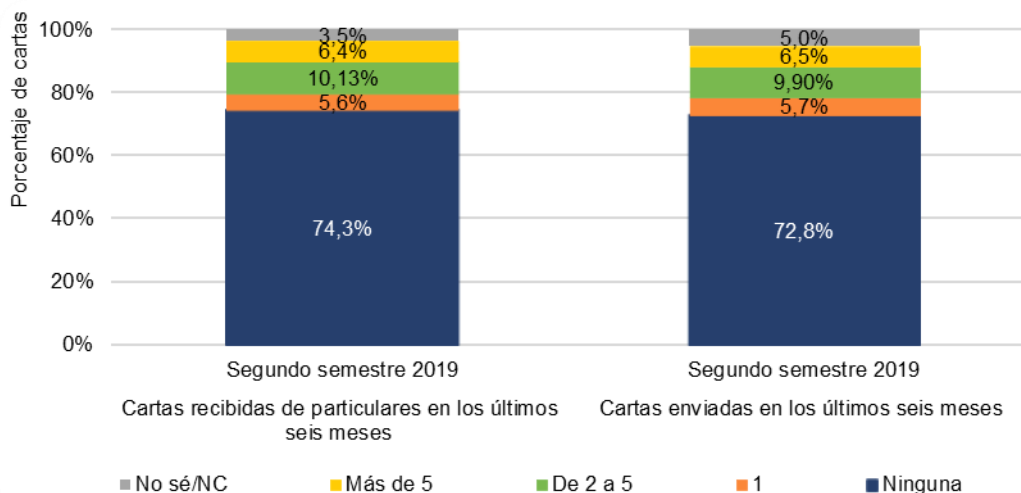
<sup>56</sup> El Panel resulta de la recogida de información directa de una muestra representativa de hogares e individuos residentes en España. Se trata de una investigación longitudinal dirigida a personas de 10 o más años residentes en viviendas familiares en el territorio nacional cuya motivación es recabar información sobre la disponibilidad de los servicios y equipos, los consumos y gastos, y los hábitos y percepciones de los usuarios del segmento residencial. Las informaciones recabadas abarcan varios de los sectores supervisados por la CNMC: energía (electricidad y gas natural), telecomunicaciones y audiovisual, sector postal y ferroviario.

La empresa TNS Investigación realiza el trabajo de campo y el procesamiento de datos que nutre al Panel: cada seis meses los hogares responden a cuestionarios postales/web sobre su disponibilidad, uso y percepciones de los servicios y, cada trimestre, remiten facturas de servicios de telecomunicaciones. Estas informaciones, una vez tratadas, constituyen el Panel de Hogares CNMC.

<sup>57</sup> <http://data.cnmc.es/datagraph/>.

<sup>58</sup> Los datos están actualizados a 30 de junio de 2020, fecha de publicación del último dato utilizado en este informe.

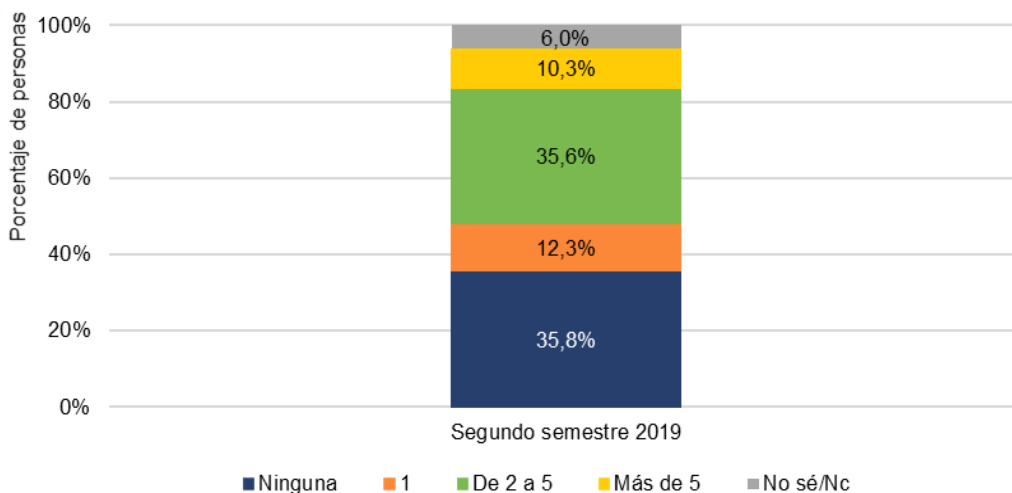
**Gráfico 49. Porcentaje de personas que recibieron o enviaron cartas con origen o destino en un particular en los seis meses anteriores (2019).**



Fuente: Panel de hogares de la CNMC.

Sin embargo, aunque el producto postal carta está mayoritariamente en desuso entre particulares, no lo es tanto cuando el remitente es una empresa. Un 58,2% de las personas encuestadas manifestaron que había recibido una o más cartas de empresas suministradoras de servicios con periodicidad mensual. El tramo más importante es el de personas que reciben entre 2 y 5 cartas al mes elevándose hasta un 35,6%.

**Gráfico 50. Porcentaje de personas que recibieron cartas de empresas o suministradores de servicios mensualmente (2019).**



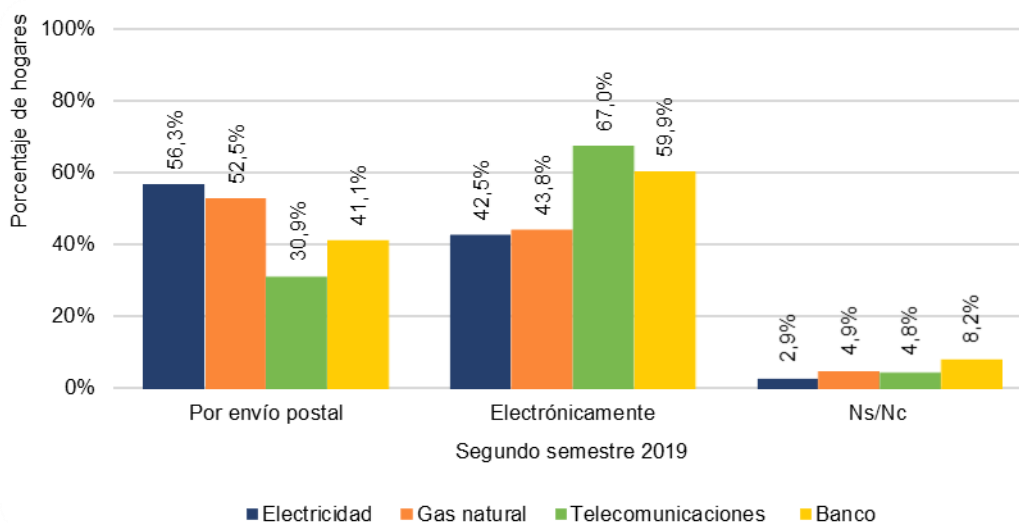
Fuente: Panel de hogares de la CNMC.

La mayor parte de las cartas que reciben los particulares de las empresas con carácter mensual son las facturas de los servicios que éstas les prestan. En el siguiente gráfico se puede ver qué tipo de factura es la predominante según el tipo de servicio. Así, se puede apreciar una

proporción 60-40 entre la factura por envío postal y la factura recibida electrónicamente, siendo ese 60-40 a favor de las cartas físicas en las facturas por servicios de electricidad y gas natural y en contra en los servicios de telecomunicaciones y banco.

Otro dato a tener en cuenta es que, en cualquier caso, las cartas físicas se van reduciendo año a año en favor de las facturas recibidas electrónicamente. Sirva como ejemplo la electricidad, servicio para el que en 2015 un 80% de los hogares recibía la factura por carta postal frente al 56,3% que la recibieron en el segundo semestre de 2019.

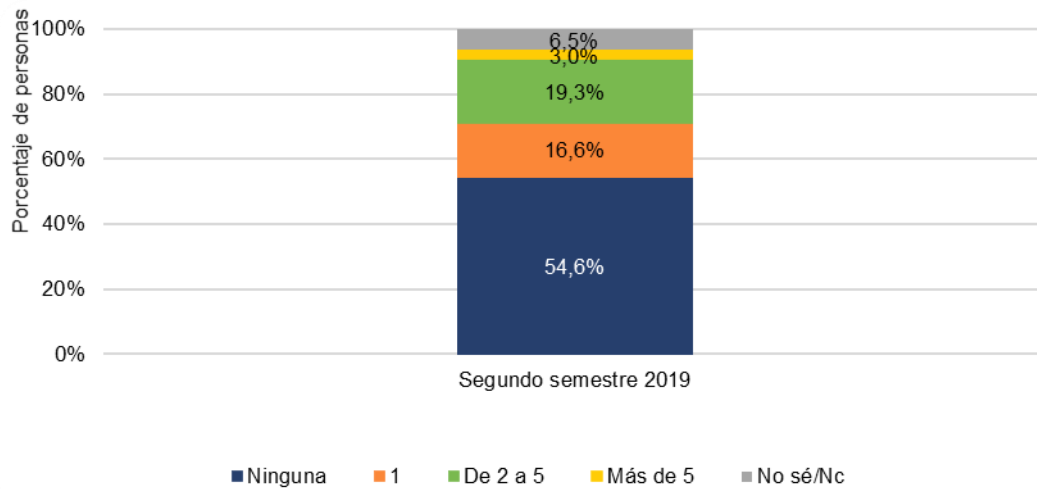
**Gráfico 51. Porcentaje de hogares por tipo de factura recibida (2019).**



Fuente: Panel de hogares de la CNMC

En el ámbito de las notificaciones administrativas se mantiene una tendencia estable en los últimos años: el 45,4% de los encuestados recibieron al menos una notificación en los seis meses previos, y casi el 20% recibieron entre dos y cinco notificaciones de las administraciones públicas.

**Gráfico 52. Porcentaje de personas que recibieron notificaciones administrativas en los seis meses anteriores (2019).**

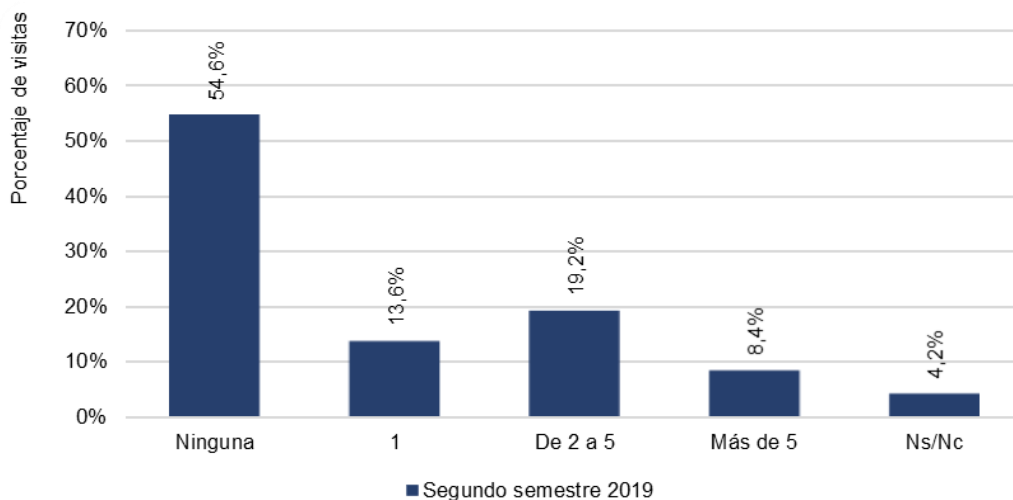


Fuente: Panel de hogares de la CNMC.

A continuación, se analizan las visitas a oficinas postales y los motivos para realizarlas.

El 54,6% de los encuestados no visitaron ninguna oficina postal durante los 6 meses anteriores. El 41,2% de los encuestados visitaron una oficina postal una o más veces en ese mismo periodo.

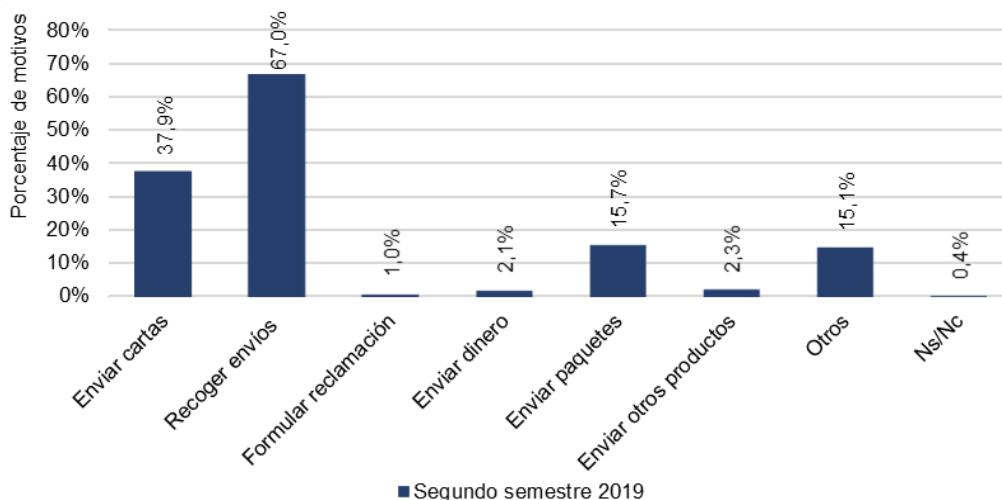
**Gráfico 53. Número de visitas a oficinas postales en los seis meses anteriores (2019).**



Fuente: Panel de hogares de la CNMC.

En cuanto a las personas que sí realizaron alguna visita a una oficina postal, las razones principales que motivaron esa visita fue la de enviar y recibir cartas o paquetes postales, siendo la recogida el motivo más destacado con un 67,0% de respuestas.

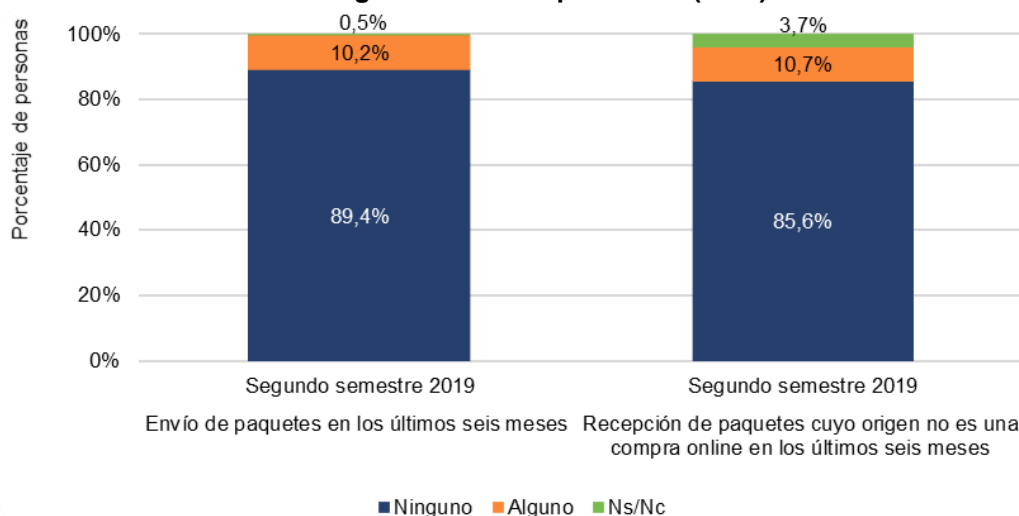
**Gráfico 54. Motivo de la visita a una oficina postal en los seis meses anteriores (2019).**



Fuente: Panel de hogares de la CNMC.

En el indicador anterior se pudo apreciar que el envío y recepción de paquetes era uno de los motivos principales para acudir a una oficina postal. Observando con un poco más de detalle ese aspecto, se puede ver en el siguiente indicador que el envío y recepción de esos paquetes no tiene su origen entre particulares. Muy al contrario, el motivo fundamental que origina esos paquetes son las compras online de las personas encuestadas. Así, solo el 10,2% de las personas que enviaron un paquete en el segundo semestre de 2019 lo hicieron sin que el envío tuviera por origen una compra online. Por su parte, el 85,6% de las personas encuestadas manifestaron en el segundo semestre de 2019 no haber recibido ningún paquete cuyo origen no fuera una compra online en los seis meses anteriores.

**Gráfico 55. Porcentaje de personas que enviaron o recibieron paquetes en los seis meses anteriores sin origen en una compra online (2019).**



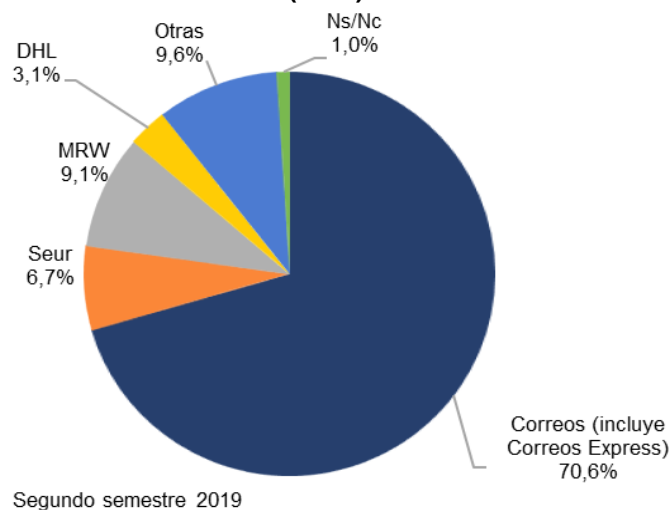
Fuente: Panel de hogares de la CNMC.

Cuando los particulares envían un paquete, los operadores postales con los que más se realizan esos envíos son Correos y Correos Express<sup>59</sup>. En el segundo semestre de 2019 esas empresas recogieron los envíos de un 70,6% de los encuestados. Este porcentaje ha aumentado notablemente en el último año, si entre 2016 y 2018 era de poco más de un 60%, en el segundo semestre de 2019 ya supera el 70%.

Las siguientes empresas elegidas para realizar el envío de paquetes fueron MRW con un 9,1% y Seur con un 6,7%.

<sup>59</sup> Ambas empresas forman parte del Grupo Correos junto a Nexea y Correos Telecom. A su vez, el Grupo Correos pertenece al Grupo SEPI que es un holding empresarial compuesto por empresas participadas de forma directa y mayoritaria por el Estado.

**Gráfico 56. Empresa con la que los particulares realizaron el envío del último paquete en los seis meses anteriores (2019).**

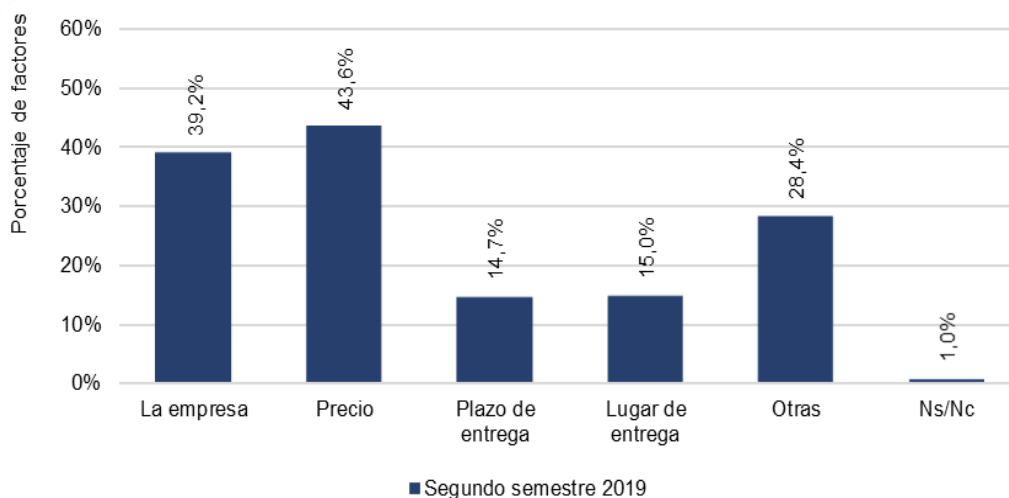


Fuente: Panel de hogares de la CNMC.

Si acabamos de ver qué empresas son las preferidas por los encuestados para enviar sus paquetes, el siguiente punto de estudio son los factores que han llevado a los encuestados a elegir a esos operadores postales y no otros.

Los principales motivos que justificaron la elección de los encuestados en el segundo semestre de 2019 fueron el precio y la empresa con un 43,6% y un 39,2% respectivamente. Otros factores que se tienen en cuenta son el plazo de entrega con un 14,7% y el lugar de entrega con un 15,0%.

**Gráfico 57. 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 (2019).**



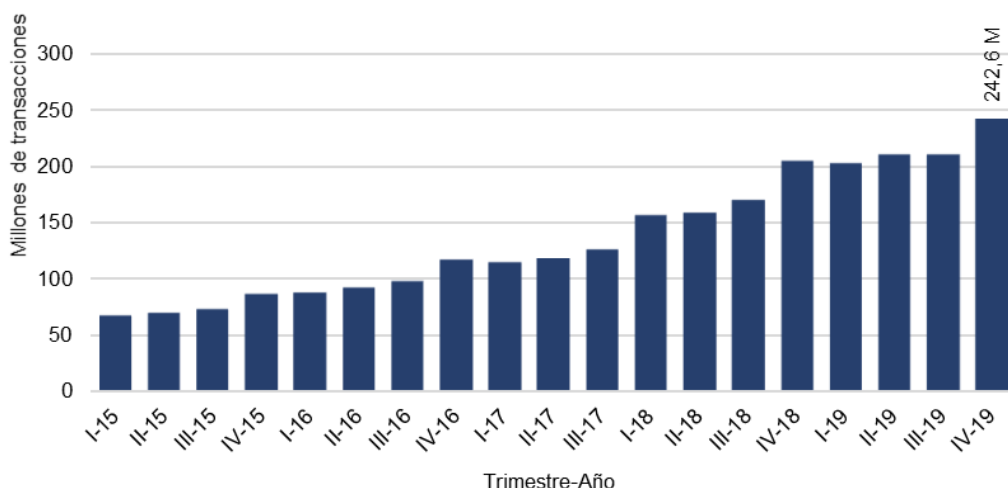
Fuente: Panel de hogares de la CNMC.

## VI.1.2. Comercio electrónico

En este apartado se puede comprobar que el comercio electrónico es uno de los factores generadores de envíos postales, principalmente en forma de envíos que contienen las compras realizadas por los usuarios en Internet. Por eso resulta relevante ver la evolución de las transacciones de comercio electrónico.

En el cuarto trimestre de 2019 estas transacciones alcanzaron los 242,6 millones (un 15,2% más que el trimestre anterior). Sobre la tendencia de los últimos 5 años, hay que destacar que el último trimestre de 2018 y los tres primeros de 2019 parecían indicar estancamiento en las subidas continuadas de los trimestres anteriores. Sin embargo, el último trimestre de 2019 rompe con esta aparente estabilización con un fuerte incremento.

**Gráfico 58. Evolución trimestral del número de transacciones del comercio electrónico (2015-2019).**

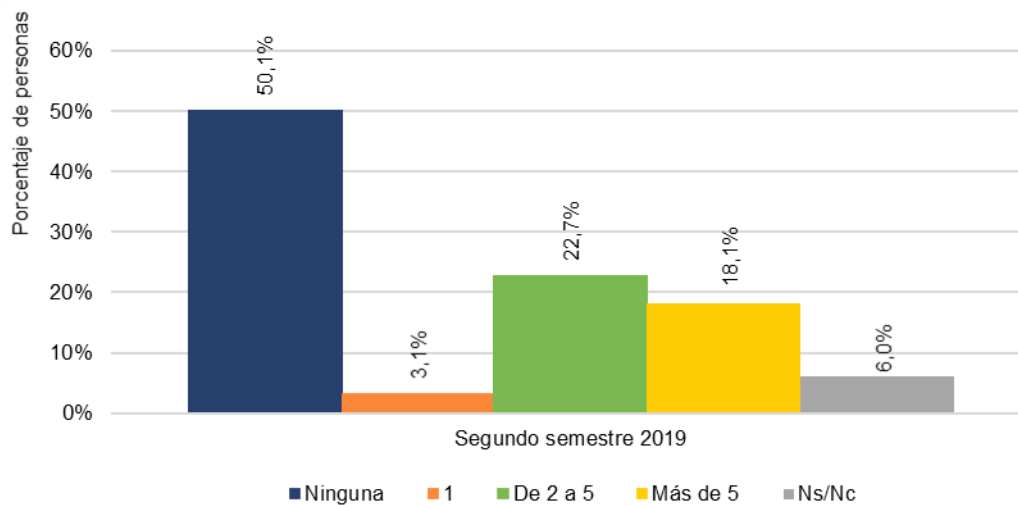


Fuente: Estadísticas CNMC.

La encuesta del Panel de Hogares refleja que un 43,8% de estos declararon haber realizado compras en Internet en los seis meses anteriores, siendo entre 2 y 5 compras el número más habitual de las mismas en ese periodo (un 22,7%).



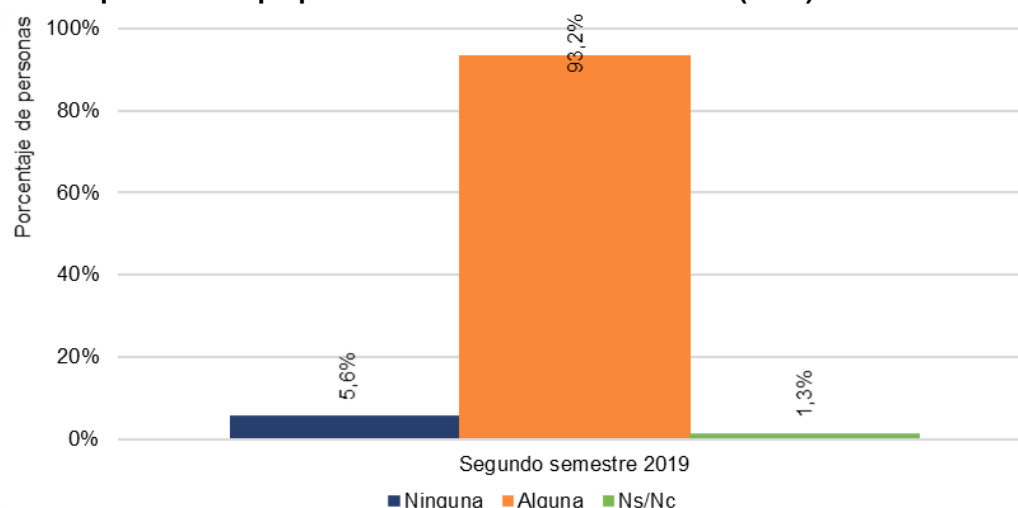
**Gráfico 59. Porcentaje de personas que realizaron compras en Internet en los seis meses anteriores (2019).**



Fuente: Panel de hogares de la CNMC.

El elevado número de transacciones de comercio electrónico y el alto porcentaje de personas que declararon haber realizado compras en Internet que hemos visto en los dos indicadores anteriores incide en el mercado postal en forma de paquetes que se generan para entregar esas compras. En línea con esto, el 93,2% de los encuestados en el segundo semestre de 2019 indicaron que alguna de sus compras online había supuesto la recepción de un paquete en los seis meses anteriores.

**Gráfico 60. Porcentaje de personas que realizaron compras online que suponen recepción de un paquete en los seis meses anteriores (2019).**

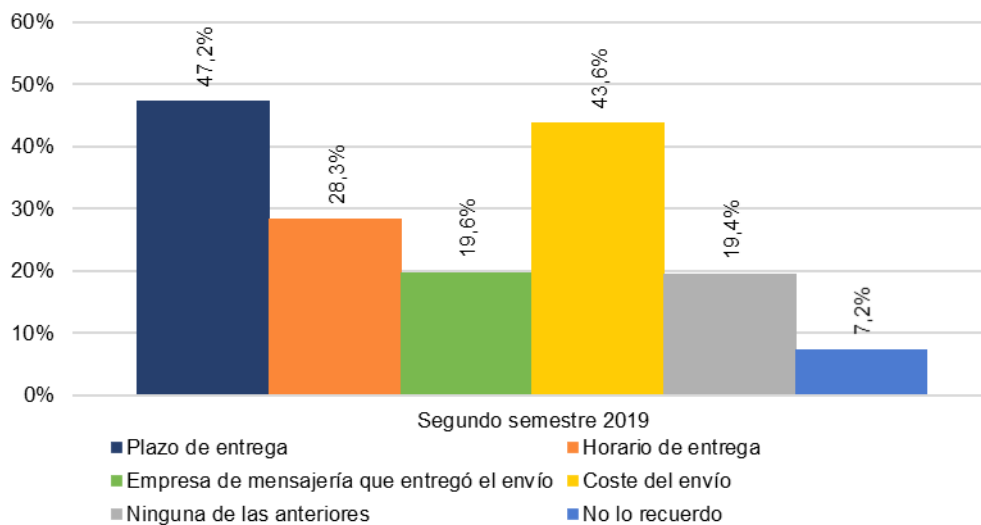


Fuente: Panel de hogares de la CNMC.

Cuando los encuestados en el Panel de Hogares realizan sus compras online, se les ofertan una serie de opciones en la recepción de los paquetes

que inciden tanto en su decisión de comprar como, una vez decidido a comprar, la elección del operador postal que traerá su paquete. En el segundo semestre de 2019 las opciones más ofertadas fueron el plazo de entrega con un 47,2% y el coste del envío con un 43,6%. Las siguientes opciones de las que disponían los encuestados fueron el horario de entrega con un 28,3% y la empresa que realiza la entrega con un 19,6%.

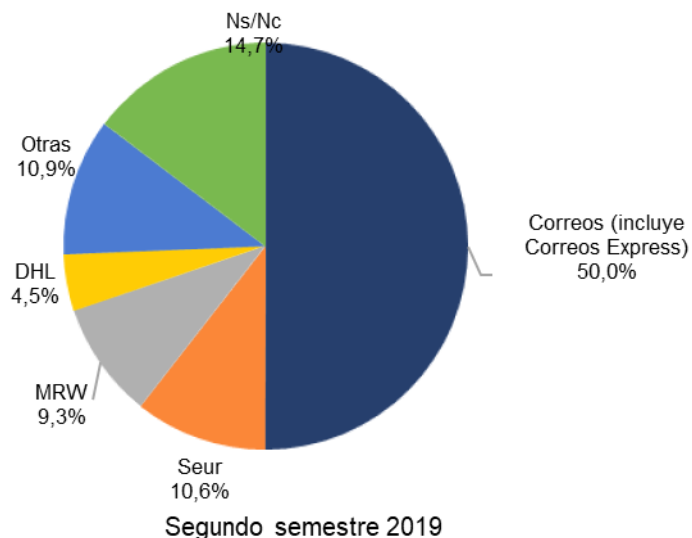
**Gráfico 61. Opciones disponibles para el comprador en la recepción de paquetes asociados a compras online en los seis meses anteriores (2019)**



Fuente: Panel de hogares de la CNMC.

Al igual que Correos y Correos Express eran la principal opción de los encuestados a la hora de enviar paquetes, también lo es en la recepción de paquetes de los particulares por compras de comercio electrónico. En el segundo semestre de 2019, el 50,0% de los encuestados recibieron paquetes de estas empresas en los seis meses anteriores.

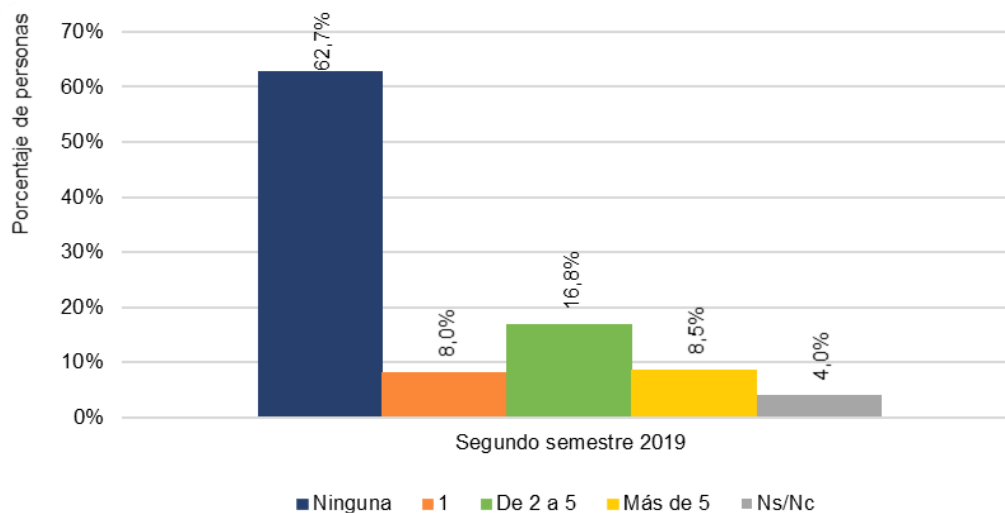
**Gráfico 62. Operador que repartió el último envío de comercio electrónico recibido por particulares que han hecho alguna compra online en los seis meses anteriores (2019).**



Fuente: Panel de hogares de la CNMC.

Aunque hemos visto en indicadores anteriores que el paquete es el producto fundamental a la hora de hacer llegar las compras online a los destinatarios, también tiene un papel importante la carta como medio para que los compradores reciban los productos adquiridos online. El 33,3% de los encuestados informaron que habían recibido en los seis meses anteriores alguna carta con objetos comprados a través de Internet. El atractivo de este producto para este fin es el de su menor precio frente al paquete si bien, sus principales limitaciones son la del tamaño del producto que se puede incluir y los plazos de entrega que se suelen ofertar para mantener un precio más bajo.

**Gráfico 63. Porcentaje de personas que recibieron cartas que contuvieran objetos comprados online en los seis meses anteriores (2019).**



Fuente: Panel de hogares de la CNMC.

En definitiva, de los aspectos analizados en este apartado, se observa que 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 y las compras online también. Esas transacciones y compras repercuten en el mercado postal fundamentalmente al convertirse en paquetes que hacen llegar esas compras.

**Tabla 10. Principales magnitudes indicadores del uso de los servicios postales y comercio electrónico (2019)**

Indicador		2º 2019	Δ 2º 2018/2º 2019
<b>Recepción correspondencia</b>	Ninguna carta particular	74,3%	-0,0 p.p.
	Ninguna carta empresa	35,8%	+4,0 p.p.
	Ninguna notificación	54,6%	-0,3 p.p.
<b>Visitas oficinas</b>	Ninguna visita	54,6%	-2,3 p.p.
	Motivo enviar cartas	37,9%	-4,1 p.p.
	Motivo recoger envíos	67,0%	-0,3 p.p.
<b>Recepción paquetería</b>	Ningún p. particular enviado	89,4%	-2,0 p.p.
	Ningún p. particular recibido	85,6%	+0,7 p.p.
	Correos reparto particular	70,6%	+6,8 p.p.
<b>Comercio electrónico</b>	Número transacciones	242,6 M	+17,9 %
	Alguna compra online	43,8%	+0,4 p.p.
	Correos reparto online	50,0%	+6,4 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 mercado postal español en 2019 son las siguientes:

- Un año más, continúa el crecimiento del número de operadores postales hasta un total de 1.827. El aumento se concentra en el segmento de prestadores habilitados para prestar servicios no incluidos en el servicio postal universal, mientras que se reduce la presencia de empresas prestadoras de servicios incluidos en él. La evolución diferencial de los segmentos del sector postal tradicional y de la mensajería y paquetería podría explicar esta evolución, indicativa a su vez del refuerzo de la concentración en la prestación de servicios postales tradicionales. El perfil del operador postal no se altera, a pesar de los cambios cuantitativos. Sigue concentrándose en las Comunidades Autónomas de Cataluña y Madrid y sigue manteniéndose la predominancia de la estructura operativa en forma de franquicias o figuras análogas. Por marcas destacan MRW y Nacex como las que mayor número de franquicias inscribieron.
- En comparación con el mercado postal europeo, España estuvo por debajo del promedio en el número de habitantes por oficina postal (2.718,7 frente a 3.031,3 de media en Europa). En cambio, se situó por encima de la media europea en cuanto a número de habitantes por buzón (1.691,7 frente a 809,8 de media en Europa) y número de habitantes por empleado del operador designado para la prestación del SPU (811,7 frente a 512,8 de media en Europa). En cuanto a precios de productos postales, en las cartas ordinarias nacionales de menos de 20 gramos enviadas por los operadores designados para la prestación del servicio postal universal, en España se cargó 0,55 euros y estuvo por debajo de la media europea que se situó en 0,77 euros. Lo contrario ocurrió en la carta ordinaria intra europea de menos de 20 gramos de los operadores designados para la prestación del servicio postal universal donde España, con sus 1,40 euros de precio, estuvo por encima de la media europea de 1,30 euros.
- Dentro de la economía española, el mercado postal presentó en 2019 un dinamismo destacable por cifra de negocios frente a la evolución también favorable del conjunto del sector servicios. La ocupación sin embargo creció con igual intensidad, reflejando en el caso del sector que nos ocupa una notable moderación frente a las cifras de crecimiento experimentadas en los dos ejercicios anteriores. La evolución del índice de precios de los servicios postales refleja también una sustancial moderación respecto de lo acontecido en el 2018 (donde creció casi al 12%), al crecer un 1,3%, más en línea con la evolución general de los precios en el resto de la economía. El crecimiento de la cifra de negocios no sería pues reflejo de un mero

efecto nominal sino de la expansión real de la actividad a pesar del crecimiento menos intenso de la ocupación.

- En consonancia con lo apuntado en la conclusión anterior, los datos de ingresos recabados directamente de los operadores indican un crecimiento del 9,1% para el conjunto del mercado postal, hasta alcanzar los 5.313,6 millones de euros. Por su parte, los envíos registraron la tendencia inversa, pues bajaron un 8,9% y se quedaron en 2.968,3 millones de envíos, arrastrados por la caída importante (cerca al 11%) de los envíos del sector postal tradicional y el moderado crecimiento de los envíos de mensajería y paquetería. Este segmento de mensajería y paquetería continúa siendo el de mayor importancia relativa en términos de ingresos (74%) versus una más modesta participación en términos de envíos (18,2%), reflejo del mayor precio y valor añadido en el segmento de paquetería frente al de la correspondencia y otros productos postales más tradicionales.
- El sector postal tradicional continúa su tendencia a la baja en términos de flujos de envíos, acelerándose de hecho su caída en los dos últimos años. Los ingresos alcanzados en 2019 sumaron una cifra de 1.382,0 millones de euros, elevándose el ingreso unitario promedio hasta los 0,57 euros. El crecimiento en el ingreso unitario es continuado en los últimos cuatro años y afecta a casi todos los productos que conforman la actividad de este segmento del mercado (cartas y tarjetas postales, cartas certificadas, notificaciones, y publicidad directa y publicaciones). Este mercado sigue siendo marcadamente nacional, pues los flujos interiores alcanzan el 84,8% de los ingresos y el 92,2% de los envíos, predominando el envío de cartas y tarjetas frente al resto de los productos.

Hay que destacar la importancia del segmento de las notificaciones administrativas, que pese a suponer solo el 3,6% de los envíos en 2019 aportan el 21,5% del total de los ingresos del sector postal tradicional. Correos es el prestador de una gran mayoría de estos servicios, al gestionar el 91,3% del total de envíos de este ámbito en 2019.

- Los ingresos de mensajería y paquetería aumentaron en 2019 un 11,7% hasta los 3.931,6 millones de euros y los envíos subieron un 1,4% hasta los 538,8 millones. El ingreso unitario promedio se situó en 7,3 euros con una caída del correspondiente a los envíos de más de 2 kg y un aumento del correspondiente a los envíos de menos de ese peso, que resultan ser los de mayor importancia cuantitativa. Así, en 2019 representaron el 39,8% del total de los ingresos y el 52,3% del total de envíos. A diferencia de lo que acontece en el sector postal tradicional, los flujos internacionales como subsegmento de la paquetería son relevantes por su peso relativo y por la diversificación

que se observa en los oferentes de estos servicios. Así, la exportación genera algo más del 20% de los ingresos frente a solo generar el 9,6% de los envíos. Reseñable es también el escaso protagonismo del operador público en la gestión de estos envíos, pues solo alcanza el 6,6% del total de flujos, sirviéndose el resto prácticamente a partes iguales por las redes de transporte urgente de ámbito nacional y las integradoras (abarcan aproximadamente el 40% del total de envíos de exportación cada una). Por el contrario, en el caso de los flujos de importación, el operador público gestiona más de la mitad de los envíos entrantes, los cuales aportan el 11,9% de los ingresos totales en mensajería y paquetería y representan el 15% de los envíos. En el mercado nacional, por tipologías de operador, las que más envíos gestionaron en 2019 fueron las redes de transporte urgente de ámbito nacional con el 58,1% del total, si bien perdiendo peso relativo en tendencia.

- Los cambios estructurales del sector, con la acentuación de la caída en volumen de los flujos postales tradicionales y el crecimiento de la mensajería y paquetería, se explican por el comportamiento de la demanda. El usuario individual apenas es emisor de flujos de correspondencia y concentra su demanda de servicios postales en los envíos de paquetería asociados a las transacciones de comercio electrónico. El mercado emisor de flujos de cartas y otros productos tradicionales se compone esencialmente de empresas, grandes clientes en definitiva, los cuales sin embargo también han tendido a moderar la demanda de estos servicios con el tiempo. En este contexto, el precio del consumo individual de la carta ordinaria pierde capacidad representativa del valor generado en el sector, aunque no la pierde cualitativamente hablando por la regulación que se aplica sobre la carta ordinaria incluida en el servicio postal universal. Por contra, se refuerza la importancia del precio e ingreso unitario generado en los productos alternativos y en las transacciones cerradas con los grandes consumidores de estos servicios.
- El empleo de los activos físicos parece orientarse al segmento de paquetería a tenor de los motivos de la vista a una oficina (67% de los encuestados lo hicieron para recoger envíos, aunque la mayoría de los envíos tiene menos de 2 kg de peso) y del incremento del peso relativo de los vehículos pesados en el segmento de la mensajería y paquetería (del 9,2% en 2018 al 11,2% en 2019), que puede ser representativo del incremento en flujos de este sector.

## ANEXO I. FUENTES DE INFORMACIÓN

- Registro postal:
  - <https://www.mitma.gob.es/el-ministerio/servicios-postales/registro-general-de-empresas-prestadoras-de-servicios-postales>.
  - [https://www.mitma.gob.es/recursos\\_mfom/comodin/recursos/memoria\\_rgepsp\\_2019.pdf](https://www.mitma.gob.es/recursos_mfom/comodin/recursos/memoria_rgepsp_2019.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**

1	AKROPOST, SERVICIOS POSTALES DEL PAIS VASCO, S.A.
2	ARA VINC S.L.
3	ASENDIA SPAIN S.L.U.
4	CORREOS EXPRESS PAQUETERIA URGENTE S.A.
5	CTT ESPRESSO - SERVIÇOS POSTAIS E LOGISTICA SA SUCURSAL EN ESPAÑA.
6	DHL EXPRESS SPAIN S.L.U.
7	DHL PARCEL IBERIA, S.L.U.
8	DRONAS 2002, S.L.U (NACEX)
9	ENVIALIA WORLD, S.L.
10	FEDEX SPAIN S.L.
11	FITMAN, S.L. (MRW)
12	GENERAL LOGISTICS SYSTEMS SPAIN S.L.
13	GUREAK MARKETING SLU
14	ICS MENSAJERIA LOCAL S.L.
15	ONTIME TRANSPORTE Y LOGISTICA SL.
16	RAPID EXPRESS COURIER, S.A.
17	RECERCA I DESENVOLUPAMENT EMPRESARIAL, S.L.
18	SENDING TRANSPORTE Y COMUNICACION S.A.U.
19	SEUR, S.A.
20	SOCIEDAD ESTATAL CORREOS Y TELEGRAFOS, S.A.
21	TELEFONICA SERVICIOS INTEGRALES DE DISTRIBUCION, S.A.U. ZELERIS
22	TNT EXPRESS WORLDWIDE (SPAIN), S.L.
23	TRANSPORTE INTEGRAL DE PAQUETERIA, S.A.
24	UNITED PARCEL SERVICE ESPAÑA LTD. Y CIA, SRC (UPS)

### **ANEXO III. CAMBIO METODOLÓGICO EN LA DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA DEL INFORME**

En 2018 se publicó el RSPT, que es aplicable al ámbito de la paquetería y obliga a los operadores postales a facilitar a sus respectivas autoridades nacionales de reglamentación (en adelante ANR) cierta información sobre sus precios (antes del 31 de enero) y sobre su actividad (antes del 30 de junio). Quedan excluidos de facilitar esa información aquellos operadores postales “...para los que hayan trabajado, durante el año civil precedente, por término medio menos de 50 personas que hayan intervenido en la prestación de servicios de paquetería en el Estado miembro en el que el prestador esté establecido, salvo que el prestador esté establecido en más de un Estado miembro”.<sup>60</sup>

El artículo 4.e) del Estatuto Orgánico de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, aprobado por Real Decreto 657/2013, de 30 de agosto, atribuye a la CNMC la condición de ANR del Sector Postal y asigna en su artículo 25.g) a la Dirección de Transportes y del Sector Postal la función de “g) Cooperar con otros órganos reguladores de otros Estados miembros de la Unión Europea en materia postal (...)”.

#### **Establecimiento de una muestra representativa**

El ámbito subjetivo de este informe son los operadores postales que prestan los servicios postales. Para conocer cuáles son esos operadores hay que acudir al Registro postal donde están inscritos. En los años a los que se refieren los sucesivos informes anuales de la CNMC han estado inscritos entre un mínimo de 1.418 empresas (en 2015) y un máximo de 1.827 (en 2019).

Para ofrecer una imagen fiel de la realidad del sector, se selecciona una muestra representativa de los más de 1.800 operadores registrados, a la que se requiere la información que será utilizada para elaborar el informe anual. Tras mantener reuniones con las principales asociaciones del sector y solicitar inicialmente información a la totalidad de empresas inscritas en el Registro postal, la CNMC optó en 2014 por utilizar una muestra de empresas cuya facturación fuera igual o superior al millón de euros.

Para mayor detalle sobre la metodología empleada se puede consultar el informe de la CNMC de 18 de diciembre de 2014 titulado “Análisis del Sector Postal Tradicional y del Sector de la Mensajería y Paquetería: metodología utilizada y resultados obtenidos”<sup>61</sup>.

---

<sup>60</sup> Artículo 1.6 del RSPT.

<sup>61</sup> [https://www.cnmc.es/sites/default/files/1551094\\_8.pdf](https://www.cnmc.es/sites/default/files/1551094_8.pdf)

El RSPT estableció una serie de criterios para determinar qué empresas prestadoras de servicios de paquetería debían facilitar información a sus respectivas ANR. El criterio básico es que no tienen obligación de facilitar información aquellos operadores postales que el año anterior tuvieran de media menos de 50 empleados en servicios de paquetería.

De forma transitoria, en el ejercicio 2019 la CNMC realizó dos requerimientos de información a operadores postales para recabar sus datos de actividad: uno para recabar los datos de actividad de paquetería relativos al RSPT; y otro para recabar la información sobre actividad del sector postal para aquellas empresas que facturasen un millón o más en servicios postales.

Este doble ejercicio de recogida de datos puso de manifiesto que en un elevado porcentaje la información era la misma, aunque con diferentes desagregaciones<sup>62</sup>, pero que el mantenimiento del doble requerimiento de información causaba divergencias en la recogida de información, añadía complejidad a los administrados y aumentaba desproporcionadamente el coste de cumplimiento de los requerimientos.

### **Nuevo criterio para el cálculo de la muestra del informe anual**

Por ello, se ha concluido la necesidad de realizar un único requerimiento de información sobre datos de actividad postal y adoptar un único criterio para incluir empresas en la muestra de operadores postales a los que requerir esa información.

A la vista de esa necesidad la opción que resulta más factible es adoptar el criterio de los 50 empleados establecido por el RSPT y generalizarlo para todos los ámbitos. La razón de esta elección es que ese criterio es el que está establecido en la normativa vigente de más reciente publicación frente al criterio del millón de euros de facturación antes utilizado.

Dado que el ámbito del RSPT se limita a la paquetería y el ámbito del informe anual incluye, además de la paquetería, el sector postal tradicional, el nuevo criterio tendrá en cuenta a todos los empleados de servicios

---

<sup>62</sup> Las dos desagregaciones más importantes en las que difieren el RSPT y el informe anual a la hora de recoger la información son:

- Desagregación por pesos. El RSPT limita el peso de los paquetes que contempla a los 31,5 kg y sólo considera el tramo de peso de 0 a 31,5 kg; mientras que el informe anual contempla varios tramos de peso: 2 kg (por ser el más habitual), 20 kg (por ser el límite de un paquete del servicio postal universal), 50 kg (por ser el límite de peso de una encomienda o paquete postal para la Unión Postal Universal) y más de 50 kg (para obtener el total de paquetes).
- Desagregación por tipo de cliente versus origen y destino del envío. Mientras que el RSPT se inclina por desagregar los envíos e ingresos según su origen y destino (en nacional, exportación e importación) el informe anual diferencia por el tipo de cliente al que se admite (así se diferencia entre clientes propios, envíos admitidos a otros operadores postales nacionales y envíos de importación o envíos admitidos a otros operadores postales internacionales).

postales, sean de paquetería o de otros servicios postales. Una vez procesada la información recibida, los datos de las empresas que tengan 50 o más empleados en servicios de paquetería serán utilizados para el RSPT y también para el informe anual, y los datos de las empresas que tengan 50 o más empleados en servicios del sector postal tradicional serán utilizados solo en el informe anual pero no en el RSPT<sup>63</sup>.

Aunque es un criterio que difícilmente se dará en España, también se tendrá en cuenta el segundo criterio que establece el RSPT: facilitará información aquel operador postal que esté establecido en más de un estado miembro de la Unión Europea independientemente del número de trabajadores que tuviera.

En definitiva, la CNMC hace suyo el criterio de 50 empleados recogido en el RSPT y lo aplicará a todos los ámbitos de recogida de información de datos de actividad de operadores postales. El primer informe anual donde se usará este nuevo criterio será el elaborado en 2020 sobre datos relativos a la actividad postal de 2019. Es decir, el presente informe.

### **Representatividad de la muestra considerada**

Analizados los datos de 2018 (recabados en 2019), se constata que el criterio de tener de media 50 o más empleados en el año anterior es menos exigente que el criterio de facturar un millón de euros en servicios postales. Esto implica que, con el cambio de criterio, la CNMC debe requerir información a menos empresas que las que hubiera requerido en caso de mantener el criterio del millón de euros. En concreto, a 8 empresas menos.

Por lo tanto, se hace necesario comprobar si el no requerir información a esas empresas supone merma en la representatividad de la muestra o no.

En el segmento SPT, según los datos facilitados por los operadores sobre su actividad postal en 2018, el total de envíos del segmento SPT fue de 2.727,4 millones. Con el cambio de criterio quedan excluidos 15,6 millones de envíos (un 0,572%). Desde el punto de vista de los ingresos, el total del segmento SPT fue en 2018 de 1.350,9 millones de euros. Con el cambio de criterio quedan excluidos 4,4 millones de euros (un 0,323%).

En el segmento CEP, según los datos facilitados por los operadores sobre su actividad postal en 2018, el total de envíos del segmento CEP en 2018 fue de 531,4 millones de envíos. Con el cambio de criterio quedan excluidos 0,32 millones de envíos (un 0,060%). Desde el punto de vista de los ingresos, el total del segmento CEP en 2018 fue de 3.521,3 millones de

---

<sup>63</sup> Esa misma discriminación de datos se realizará en cualquier otra utilización que haga de los mismos la CNMC dentro de sus competencias como suministrar datos a ERPG o a la UPU.

euros. Con el cambio de criterio quedan excluidos 12,2 millones de euros (un 0,347%).

En definitiva, el cambio de criterio hace que queden excluidos de la muestra, en el segmento SPT entre un 0,323% y un 0,572% del mercado según se observe por envíos o por ingresos. Y en el segmento CEP quedan excluidos de la muestra entre un 0,060% y un 0,347% según se analice por envíos o por ingresos. Ninguna de esas cifras es relevante a efectos estadísticos y se puede concluir que el cambio de criterio de la CNMC no afecta a la representatividad de la muestra.

**Tabla 11. Envíos e ingresos. Totales y datos excluidos por el cambio de criterio.**

	Suma de envíos SPT 2018	Suma de ingresos SPT 2018	Suma de Envíos CEP 2018	Suma de Ingresos CEP 2018
<b>Total excluido</b>	15.608.140,00	4.356.787,23 €	316.342,00	12.210.305,47 €
<b>Total segmento CEP/SPT</b>	2.727.426.624,00	1.350.880.426,25 €	531.381.932,60	3.521.296.828,34 €
<b>Cuota mercado excluida</b>	0,572%	0,323%	0,060%	0,347%

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de Sócrates

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Evolución del número de operadores postales (2015-2019)..	9
Gráfico 2. Distribución geográfica de los operadores postales (2019)..	10
Gráfico 3. Número de oficinas postales de los operadores designados para la prestación del SPU en la UE-28 (2018). .....	14
Gráfico 4. Número de habitantes por oficina postal de los operadores designados para la prestación del SPU en la UE-28 (2018). .....	15
Gráfico 5. Número de habitantes por buzón de los operadores designados para la prestación del SPU en la UE-28 (2018). .....	16
Gráfico 6. Número de empleados de los operadores designados para la prestación del SPU en la UE-28 (2018). .....	17
Gráfico 7. Número de habitantes por empleado de los operadores designados para la prestación del SPU en la UE-28 (2018). .....	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 (2018). .....	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 (2018). .....	20
Gráfico 10. Número de envíos de correspondencia nacional y de importación de todos los operadores en la UE-28 (2018). .....	21
Gráfico 11. Número de envíos de correspondencia nacional de todos los operadores por habitante en la UE-28 (2018). .....	22
Gráfico 12. Evolución de los índices de cifra de negocios del sector servicios y las actividades postales y de correos (2017-2019).....	24
Gráfico 13. Evolución de los índices de ocupación del sector servicios y las actividades postales y de correos (2017-2019). .....	24
Gráfico 14. Evolución del IPC general nacional y de los servicios postales (2017-2019). .....	25
Gráfico 15. Variación de los ingresos en el mercado postal por tipo de ingreso y año (2017-2019). .....	27
Gráfico 16. Variación de los envíos en el mercado postal por tipo de envío y año (2017-2019). .....	27
Gráfico 17. Variación de la cifra de negocios del segmento SPT por año y tipo de ingreso (2017-2019). .....	31
Gráfico 18. Evolución de la cifra de negocios del Resto de operadores SPT en el segmento SPT por año (2017-2019). .....	32
Gráfico 19. Evolución de los ingresos, envíos e ingreso unitario del segmento SPT por año (2015-2019). .....	33
Gráfico 20. Variación de los ingresos del segmento SPT por año y tipología de operador (2017-2019). .....	33
Gráfico 21. Variación de los envíos del segmento SPT por año y tipología de operador (2017-2019). .....	34
Gráfico 22. Evolución del ingreso unitario del segmento SPT por año y tipo de producto (2015-2019). .....	35



Gráfico 23. Evolución del ingreso unitario del segmento SPT por año y flujo (2015-2019).....	36
Gráfico 24. Distribución de los ingresos y envíos del segmento SPT por año y tipo de producto (2019). ....	37
Gráfico 25. Distribución de los ingresos y envíos del segmento SPT por año y flujo (2019). ....	37
Gráfico 26. Concentración (C3) en el segmento SPT por año y los 3 operadores con mayor número de envíos (2015-2019). ....	38
Gráfico 27. Cuotas de mercado del segmento SPT en envíos totales por año y tipología de operador (2019). ....	38
Gráfico 28. Cuotas de mercado del segmento SPT en envíos por producto y tipología de operador (2017-2019). ....	39
Gráfico 29. Cuotas de mercado del segmento SPT en envíos según flujo por año y tipología de operador (2017-2019). ....	40
Gráfico 30. Distribución de empleados del segmento SPT por tipología de operador (2019). ....	40
Gráfico 31. Evolución del número de empleados del Operador público por año (2015-2019). ....	41
Gráfico 32. Distribución de vehículos del segmento SPT por tipología de vehículo (2019). ....	42
Gráfico 33. Variación de la cifra de negocios del segmento CEP por año y tipo de ingreso (2017-2019). ....	45
Gráfico 34. Evolución de la cifra de negocios de las redes de transporte urgente de ámbito nacional en el segmento CEP por año (2017-2019)...	46
Gráfico 35. Evolución de la cifra de negocios de las integradoras en el segmento CEP por año (2017-2019). ....	46
Gráfico 36. Evolución de la cifra de negocios de los operadores independientes en el segmento CEP por año (2017-2019). ....	47
Gráfico 37. Evolución de los ingresos, envíos e ingreso unitario del segmento CEP por año (2015-2019). ....	48
Gráfico 38. Variación de los ingresos del segmento CEP por año y tipología de operador (2017-2019). ....	48
Gráfico 39. Variación de los envíos del segmento CEP por año y tipología de operador (2017-2019). ....	49
Gráfico 40. Evolución del ingreso unitario del segmento CEP por año y tipo de producto (2014-2018). ....	50
Gráfico 41. Evolución del ingreso unitario del segmento CEP por año y flujo (2015-2019). ....	50
Gráfico 42. Distribución de los ingresos y envíos del segmento CEP por año y tipo de producto (2019). ....	51
Gráfico 43. Distribución de los ingresos y envíos del segmento CEP por año y flujo (2019). ....	52
Gráfico 44. Concentración (C3) en el segmento CEP por año y los 3 operadores con mayor número de envíos (2015-2019). ....	52
Gráfico 45. Cuotas de mercado del segmento CEP en envíos totales por año y tipología de operador (2019). ....	53

Gráfico 46. Cuotas de mercado del segmento CEP en envíos por año y producto (2017-2019).....	54
Gráfico 47. Cuotas de mercado del segmento CEP en envíos según flujo por año y tipología de operador (2017-2019).....	54
Gráfico 48. Distribución de vehículos del segmento CEP por tipo de vehículo (2019). ....	55
Gráfico 49. Porcentaje de personas que recibieron o enviaron cartas con origen o destino en un particular en los seis meses anteriores (2019). ...	58
Gráfico 50. Porcentaje de personas que recibieron cartas de empresas o suministradores de servicios mensualmente (2019). ....	58
Gráfico 51. Porcentaje de hogares por tipo de factura recibida (2019). 59	
Gráfico 52. Porcentaje de personas que recibieron notificaciones administrativas en los seis meses anteriores (2019).....	60
Gráfico 53. Número de visitas a oficinas postales en los seis meses anteriores (2019).....	60
Gráfico 54. Motivo de la visita a una oficina postal en los seis meses anteriores (2019).....	61
Gráfico 55. Porcentaje de personas que enviaron o recibieron paquetes en los seis meses anteriores sin origen en una compra online (2019).....	62
Gráfico 56. Empresa con la que los particulares realizaron el envío del último paquete en los seis meses anteriores (2019).....	63
Gráfico 57. 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 (2019).....	63
Gráfico 58. Evolución trimestral del número de transacciones del comercio electrónico (2015-2019).....	64
Gráfico 59. Porcentaje de personas que realizaron compras en Internet en los seis meses anteriores (2019). ....	65
Gráfico 60. Porcentaje de personas que realizaron compras online que suponen recepción de un paquete en los seis meses anteriores (2019). 65	
Gráfico 61. Opciones disponibles para el comprador en la recepción de paquetes asociados a compras online en los seis meses anteriores (2019) 66	
Gráfico 62. Operador que repartió el último envío de comercio electrónico recibido por particulares que han hecho alguna compra online en los seis meses anteriores (2019). ....	67
Gráfico 63. Porcentaje de personas que recibieron cartas que contuvieran objetos comprados online en los seis meses anteriores (2019). 68	



## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Distribución de las empresas inscritas por red a la que pertenecen (2019).....	11
Tabla 2. Principales indicadores del Registro postal (2019).....	12
Tabla 3. Principales indicadores del mercado postal en Europa (2018).	22
Tabla 4. Principales indicadores de la actividad económica nacional (2019)	25
Tabla 5. Principales indicadores del mercado postal (2019) .....	28
Tabla 6. Principales operadores del segmento SPT (2019). .....	30
Tabla 7. Principales indicadores del segmento SPT (2019) .....	42
Tabla 8. Principales operadores del segmento CEP (2019).....	44
Tabla 9. Principales indicadores del segmento CEP (2019).....	56
Tabla 10. Principales magnitudes indicadores del uso de los servicios postales y comercio electrónico (2019).....	68
Tabla 11. Envíos e ingresos. Totales y datos excluidos por el cambio de criterio.	77

