

RESOLUCIÓN POR LA QUE SE REVISAN LOS PRECIOS DE LOS SERVICIOS POSTALES PRESTADOS BAJO RÉGIMEN DE OBLIGACIONES DE SERVICIO PÚBLICO PARA EL AÑO 2021.

STP/DTSP/034/20

SALA DE SUPERVISIÓN REGULATORIA

Presidente

D. Ángel Torres Torres

Consejeros

D. Mariano Bacigalupo Saggese

D. Bernardo Lorenzo Almendros

D. Xabier Ormaetxea Garai

D^a. Pilar Sánchez Núñez

Secretario

D. Joaquim Hortalà i Vallvé

En Madrid, a 17 de diciembre de 2020

En relación con la revisión de los precios de los servicios postales prestados bajo régimen de obligaciones de servicio público para el año 2021, la Sala de Supervisión Regulatoria resuelve lo siguiente:

I. ANTECEDENTES

PRIMERO.- Comunicación de los precios previstos para el año 2021.

Con fecha 8 de octubre de 2020 tuvo entrada en el Registro de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (en adelante CNMC) escrito de la Sociedad Estatal Correos y Telégrafos S.A. (en adelante Correos), al que acompañaba los precios de los servicios postales prestados con obligaciones del servicio público (en concreto, servicio postal universal, en adelante SPU) para el año 2021, así como la Memoria Justificativa de los mismos. La información más relevante de esta propuesta de precios se ha incluido como Anexo a esta Resolución.

SEGUNDO.- Inicio del procedimiento y trámite de alegaciones.

De conformidad con el artículo 58 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas (en adelante LPAC), tras el análisis de la Memoria Justificativa, de los resultados de la contabilidad

analítica (en adelante CA) de Correos correspondiente al ejercicio 2019¹, con fecha 10 de noviembre de 2020 el Director de Transportes y del Sector Postal acordó el inicio del procedimiento de verificación de los precios de los servicios postales prestados con obligaciones de SPU para el año 2021.

Las conclusiones preliminares alcanzadas se sometieron a alegaciones, para lo que, de acuerdo con el artículo 34 de la Ley 43/2010, de 30 de diciembre, del servicio postal universal, de los derechos de los usuarios y del mercado postal (en adelante LSP), se fijó un plazo quince días. Con fecha 11 de diciembre de 2020 tuvo entrada en la CNMC escrito de alegaciones de Correos.

II. FUNDAMENTOS JURÍDICOS

PRIMERO.- Habilitación competencial.

El artículo 8.9 de la Ley 3/2013, de 4 de junio, de creación de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (en adelante LCNMC), establece que la CNMC supervisará y controlará el correcto funcionamiento del mercado postal, a través de las funciones que se detallan en dicho artículo o que sean atribuidas por Ley o Real Decreto. Entre esas funciones se encuentra la comprobación de la adecuación de los precios de los servicios postales previstos bajo régimen de obligaciones de servicio público a los principios previstos en el artículo 34 de la LSP, según el cual:

“1. Los precios de los servicios postales prestados bajo régimen de obligaciones de servicio público deberán ser asequibles, transparentes y no discriminatorios y fijarse teniendo en cuenta los costes reales del servicio, de modo que ofrezcan incentivos para la prestación eficiente del mismo.

2. El operador designado deberá comunicar a la Comisión Nacional del Sector Postal tanto el establecimiento de nuevos precios como la modificación de los precios ya vigentes de los servicios prestados con obligaciones de servicio público con, al menos, tres meses de antelación a la fecha prevista para su aplicación. La comunicación irá acompañada de una memoria justificativa del cumplimiento de los principios indicados en el presente artículo.

En el supuesto de que de la comprobación de los precios se desprenda que no se ajustan a dichos principios, la Comisión Nacional del Sector Postal dará un plazo de 15 días al operador para que alegue lo que estime conveniente y dictará la correspondiente resolución declarando lo que proceda, a efectos de su consideración en el cálculo de la carga a que se refiere el artículo 28. Los

¹ En concreto, se utiliza la información incluida en la Cuenta de Pérdidas y Ganancias Detallada (en adelante PyGD), donde los costes se imputan totalmente a los productos analíticos y donde se distinguen los productos del ámbito del SPU de los del ámbito no SPU.

precios serán publicados en los sitios web de la Comisión y del operador designado”.

Asimismo, la Disposición adicional quinta de la LCNMC señala que *“las competencias que las normas vigentes atribuyen a los organismos que se extingan cuando se constituya la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia y que esta Ley no haya atribuido expresamente a los departamentos ministeriales competentes de la Administración General del Estado serán ejercidas por la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia.”*

Por otra parte, de acuerdo con el artículo 21 de la LCNMC y al artículo 14.1.b) del Estatuto Orgánico de la CNMC, aprobado por Real Decreto 657/2013, de 30 de agosto, la Sala de Supervisión Regulatoria es el órgano competente para conocer y resolver el presente expediente.

SEGUNDO.- Objeto.

De conformidad con lo previsto en el artículo 34 de la LSP, la presente Resolución tiene por objeto declarar, a efectos de su posterior consideración en el cálculo de la carga financiera injusta a la que se refiere el artículo 28 de la misma Ley, si los precios previstos para el año 2021 de los servicios postales prestados bajo régimen de obligaciones de servicio universal, en la medida en que son una categoría de servicios prestados con obligaciones de servicio público, son asequibles, transparentes y no discriminatorios, y si se han fijado teniendo en cuenta los costes reales del servicio de modo que ofrezcan incentivos para su prestación eficiente.

Alegaciones de Correos

En relación con el objeto del procedimiento, Correos reitera las alegaciones que viene realizando en el procedimiento de verificación de precios desde el ejercicio 2014 a 2020, en las que manifiesta que los precios que pagan los grandes clientes tras aplicar los correspondientes descuentos no deberían tener cabida en el análisis que realiza la CNMC al amparo del artículo 34.

Contestación CNMC

Correos no aporta argumentos para defender esta postura que no hayan sido ya tenidos en cuenta por esta Sala en anteriores Resoluciones, por lo que no se puede sino reiterar las mismas observaciones expuestas en las mencionadas decisiones dictadas en relación con los precios correspondientes a los ejercicios 2014-2020. De esta forma, la distinción planteada por Correos es una distinción artificial que la Ley no contempla, tal y como se señalaba en la Resolución correspondiente a los precios de 2016², más aún cuando el segmento de clientes con derecho a descuento es el

² <https://www.cnmc.es/expedientes/stpdtsp01115>

que mayor incidencia tiene en la cuantía de la carga financiera injusta con la que se compensa a Correos.

Los clientes del segmento ‘Admisión Masiva Minorista’ (AMM, que reúne a los grandes clientes, que son los que disfrutan de los mayores descuentos) suponen unas pérdidas de aproximadamente [CONFIDENCIAL] euros antes de intereses e impuestos frente a las pérdidas de [CONFIDENCIAL] euros al considerar todos los tipos de clientes, tal y como refleja la Contabilidad Analítica de Correos en el ejercicio 2019^{3,4} en los servicios SPU. De hecho, desde 2014 se viene constatando que las pérdidas generadas por el cliente AMM son superiores al del conjunto de todos los productos SPU; los ingresos unitarios de este tipo de cliente se encuentran significativamente por debajo de sus costes unitarios, sin que esta diferencia esté justificada por el ahorro de costes producido, según el criterio reiterado por esta Comisión.

Dado que Correos compite en un marco liberalizado y recibe financiación pública para compensar las pérdidas registradas por los servicios a esos clientes, esta Sala sostiene, tal y como expuso en las anteriores Resoluciones al respecto, que “[e]l control de los precios que pagan estos clientes es absolutamente esencial para ‘garantizar, preservar y promover el correcto funcionamiento, la transparencia y la existencia de una competencia efectiva’ en este mercado, de acuerdo con el artículo 1.2 de la LCNMC. Este control tiene por objetivo garantizar que todos los operadores de este mercado puedan competir en iguales condiciones. Es decir, la finalidad es garantizar que Correos no aplica a esos clientes los descuentos necesarios para retenerlos (o recuperarlos) y expulse a cualquier competidor de ese segmento⁵”.

En este sentido, es necesario advertir que la Sentencia de la Audiencia Nacional, de 19 de junio de 2017⁶, ha dado la razón a esta Comisión frente al recurso de Correos

³ Según las cifras de la cuenta de pérdidas y ganancias detallada del ejercicio 2019 aportada por Correos en julio de 2020.

⁴ En concreto, se toma el dato Beneficios Antes de Impuestos e Intereses (BAII) proporcionado por Correos en los ficheros PyGD de cada uno de los ejercicios considerados. Debido a que la PyGD presentada con datos de 2019 no distingue entre carta certificada ordinaria y carta certificada administrativa (esa distinción sí aparece por primera vez en el informe de resultados de la CA 2019 presentado por Correos en julio de 2020), se han detraído los [CONFIDENCIAL] euros de pérdidas producidas por los 6 productos analíticos ‘Carta Certificada Administrativa’ (no SPU) para considerar correctamente en el cálculo del BAII el ámbito del SPU.

⁵ Todas las pérdidas en las líneas de esos clientes, que Correos ha reportado, se han financiado en su totalidad con cargo a Presupuestos Generales del Estado, vía compensación por la prestación del SPU (así ha sido hasta la última verificación del coste neto del SPU, correspondiente al ejercicio 2010 y así se sigue reclamando por parte de Correos desde 2011), por lo que no parece razonable que los precios que pagan esos clientes deban quedar fuera del control de su orientación a costes.

⁶

www.poderjudicial.es/search/contenidos.action?action=contentpdf&database=AN&reference=8105307&links=&optimize=20170721&publicinterface=true

a la Resolución por la que se revisan los precios de los servicios postales prestados bajo régimen de obligaciones de servicio público para el año 2015, de 18 de junio de 2015⁷. En concreto, en el fundamento jurídico CUARTO establece el criterio de la Sala en relación a determinadas cuestiones recurridas por Correos:

“a) La CNMC, con arreglo a lo dispuesto en el artículo 35.3 de la Ley Postal (“verificación que los precios especiales y los descuentos no supongan incremento de las necesidades de financiación del Servicio Postal Universal y de la carga financiera injusta compensable al operador designado”), puede controlar los descuentos a clientes que realizan envíos masivos al socaire de una comunicación de modificación de tarifas, pues el precepto nada limita al regulador al respecto.

b) El principio de orientación a costes se ciñe a los precios y, en consecuencia, los de las tarifas se han de acomodar a él. Por tanto, una subvención cruzada de unos servicios con otros puede vulnerarlo.

c) Respaldan al regulador los artículos 34.1 y 35.3 en relación con todo lo relativo a la fijación de precios finales, después de descuentos, en servicios del servicio postal universal prestados a remitentes de envíos masivos. Nada empuja a que se les exija una determinación subordinada a los costes reales del servicio.

d) Como bien se enfatiza en la contestación a la demanda, no puede exigirse que los precios cubran todos los costes, si eso desembocara en precios no asequibles, ni el principio de asequibilidad puede llevar a que los precios resulten tan bajos que los usuarios no paguen una cantidad razonable (asequible) que contribuya a sufragar los costes del servicio prestado”.

Dicha Sentencia ha sido ratificada por el Tribunal Supremo (Sentencia STS de 19 de diciembre de 2018 con Nº de Resolución 1812/2018)⁸.

Por todo ello, esta Sala mantiene e incluye el análisis de la orientación a costes de los precios de todos los servicios que se prestan en régimen de obligaciones de servicio público, entre los que se encuentran los precios que pagan los clientes que reciben descuentos en los servicios SPU, tal y como exige el artículo 34.

III. COMPROBACIÓN DEL CUMPLIMIENTO DE LOS PRINCIPIOS PREVISTOS EN EL ARTÍCULO 34 LSP

⁷ <https://www.cnmc.es/expedientes/stpdtsp00115>

⁸

www.poderjudicial.es/search/contenidos.action?action=contentpdf&database=TS&reference=8651413&statsQueryId=121924149&calledfrom=searchresults&links=&optimize=20190208&publicinterface=true

De conformidad con el artículo 34 de la LSP, los precios de los servicios postales prestados bajo régimen de obligaciones de servicio público deberán ser asequibles, transparentes, no discriminatorios, y fijarse teniendo en cuenta los costes reales del servicio, de modo que ofrezcan incentivos para la prestación eficiente del mismo.

Principio de asequibilidad

Para determinar la asequibilidad de los servicios incluidos en el SPU los reguladores del sector postal utilizan habitualmente un análisis comparado: lo que representan los gastos en servicios postales en el total del gasto de las familias, los precios de los servicios postales en relación con los de otros países o la evolución del precio de los servicios postales en relación con el IPC.

Con este objetivo se tomarán en consideración los datos que aportan los informes más recientes de referencia en ámbito postal europeo –con la salvedad de que recogen precios de ejercicios pasados–, que si bien en su mayor parte se refieren a precios, también incluyen datos de poder adquisitivo. Estos informes son el que elabora el Grupo de Reguladores Europeos de Servicios Postales (*European Regulators Group for Postal Services – ERGP*)⁹, basado en precios de 2019, y el informe *Letter prices in Europe*, de Deutsche Post, publicado en mayo de 2020 (edición 19^a), basado en precios de 2020¹⁰.

El informe ERGP PL II (20) 23 aporta una comparación de los precios aplicables en 2019 de los servicios postales prestados por los operadores designados de 31 países miembros de ERGP, incluidos los 27 Estados miembros de la UE. Los servicios postales que se comparan son las cartas de menor peso y los paquetes de 2 kg. Cuando se trata de envíos de paquetes intra Europa, la referencia es la zona de entrega europea más asequible:

- El precio medio europeo (21 países, entre los que se incluye España) de enviar una carta doméstica no-prioritaria (equiparable a considerar envíos D+3) era de 0,62 euros en 2019. El precio en España en ese año era de 0,60 euros, es decir un 96% del precio medio europeo.
- El precio medio europeo de enviar una carta prioritaria en los 31 países miembros de ERGP (con entrega en D+3) de hasta 20 gr a destino europeo era de 1,42 euros en 2019, un 6% más que en 2018. El precio en España fue de 1,40 euros, un 4% más que en 2018.
- El precio medio europeo de un paquete doméstico prioritario de 2 kg (con entrega en D+3) fue de 6,17 euros. Ese precio en España fue de 12,85 euros,

⁹ *ERGP PL II (20) 23, Report on core indicators for monitoring the European postal market*, disponible en: https://ec.europa.eu/growth/sectors/postal-services/ergp_en

¹⁰ <https://www.dpdhl.com/en/media-relations/press-releases/2020/german-postage-rates-remain-economical-compared-with-rest-of-europe.html>

es decir, enviar un paquete SPU desde España con destino España fue en 2019 un 108% más caro que la media europea.

- El precio medio europeo de enviar un paquete prioritario de 2 kg (con entrega en D+5) a un destino en Europa (en concreto, a la zona de menor precio) era de 18,70 euros. En España¹¹ ese precio era de 34,10 euros, resultando un 82% más caro que la media europea.

El informe de Deutsche Post compara los precios para 2020 de la carta ordinaria más rápida en los 27 Estados miembros de la UE más Reino Unido, Islandia, Noruega y Suiza. Los resultados que arroja este informe en relación con los precios en España son los siguientes:

- En términos nominales, el precio de la carta doméstica es el 58% del precio medio europeo (1,12 euros) en 2020¹². La misma comparación arrojaba un 62% en 2019. Correos propone que los precios de la CON 20 aumenten un 7,7% en 2021 (8,3% en 2020 y un 9,1% en 2019).
- En términos nominales, el precio de la carta internacional con destino intra-Europa es el 87% del precio medio europeo (89% en 2019). La misma comparación arrojaba un 56% en 2014, lo que hace que el incremento importante de precio de la CO Export (Zona 1) desde el año 2015 haya estrechado mucho el diferencial entre los precios españoles y los europeos¹³, situando al precio español en el entorno de la media europea.
- El análisis de la evolución del precio de la carta doméstica ajustada por la inflación entre los años 2010 y 2019 indica que los precios en España aumentaron un 65,6% en ese periodo, mientras que en media los precios en Europa crecieron a un ritmo algo mayor, al 73,4%.
- Por otro lado, en 2020 en España: (i) se requieren 2,28 minutos de trabajo para pagar el envío de una carta, mientras que en Europa son precisos 4,32 minutos, (ii) el precio de la carta ajustado por el coste del trabajo es de aproximadamente el 60,9% del precio medio europeo y (iii) el precio de la carta ajustado por la paridad del poder adquisitivo es de aproximadamente el 61,3% del precio medio europeo. El informe muestra también un resultado consolidado que tiene en cuenta conjuntamente los ajustes por costes laborales y por paridad del

¹¹ Nótese que en España, el paquete internacional considerado en el ámbito SPU es el 'económico' frente al paquete internacional 'prioritario' (actualmente denominado 'standard' en el catálogo comercial de Correos) que queda fuera del ámbito SPU.

¹² El estudio considera el producto más rápido en cada país, observándose que en muchos países la entrega se produce en D+1.

¹³ La evolución del precio en España es la siguiente: 0,76 € (2014), 0,90 € (2015), 1,15 € (2016), 1,25 € (2017), 1,35 € (2018), 1,40 € (2019), 1,45 € (2020) y 1,50 € (2021), es decir, ha aumentado un 97% en 7 años, lo que supone una tasa de crecimiento anual compuesta del 9%.

poder adquisitivo, que concluye que en España el precio de la carta doméstica es un 61,4% del precio medio europeo.

Adicionalmente, se compara a través de los catálogos de tarifas oficiales de Correos la evolución reciente del paquete exportación económico (ámbito SPU, exento de IVA) con el paquete exportación prioritario (no SPU, con IVA del 21%), en concreto, para destinos Zona A (Europa Cercana) en 2018, 2019 y 2020, debido a que ambos productos presentan características similares en términos de dimensionamiento, plazos de entrega y garantías. Se aprecia que el producto SPU en todos los tramos de peso resulta un 8% y un 10% más caro (en 2018 y 2019 respectivamente) cuando se compara con el producto no SPU incluido el IVA en este último, ascendiendo tal diferencia al 30% y 33% (en 2018 y 2019) cuando no se incluye el IVA en el producto no SPU. Sin embargo, la diferencia es nula en 2020 cuando se compara con el producto no SPU incluido el IVA en este último (21% de diferencia cuando no se incluye el IVA).

Alegaciones de Correos:

Correos señala lo siguiente en su memoria justificativa:

“1.- Las tarifas del Paquete Azul han sido fijadas teniendo en cuenta los costes necesarios para garantizar el cumplimiento de la calidad en plazo en todo el territorio. De esta manera, para que la comparación con la tarifa de otros países de nuestro entorno sea homogénea es relevante tener en consideración la singularidad de la geografía nacional y su dispersión poblacional.

2.- En la comparación de las tarifas del paquete postal de exportación con el aplicado por otros países es necesario tener en consideración aspectos específicos que tienen impacto en los costes de cada país. Así por ejemplo España puede tener mayores costes que otros países de la UE como consecuencia, entre otros aspectos de su ubicación, que implica que los envíos transfronterizos sean de largo recorrido o los mayores costes de distribución derivados de la menor cantidad de envíos gestionados”.

En sus alegaciones respecto al paquete azul considera que, “Tomando como referencia la propuesta de tarifas 2021 y los costes unitarios registrados en la Contabilidad Analítica de 2019, el margen de beneficio promedio del paquete azul, considerando la totalidad de los costes directos y comunes, es del [10-20%], siendo el de los tres primeros tramos de peso del [0-10€], [0-10%] y [0-10%] respectivamente.

(...)

El incremento de costes respecto a ejercicios anteriores es consecuencia de la implantación de rutas aéreas periódicas con el fin de cumplir con el principio de calidad de un servicio postal público en todo el territorio nacional, entendido éste de forma homogénea (lo cual incluye los territorios insulares).

Así las cosas, las tarifas aprobadas implican un estrecho beneficio razonable teniendo en cuenta el incremento de costes imputables a la prestación del servicio de forma cohesionada en todo el territorio, así como el cumplimiento de los principios de calidad y orientación a costes (a los que también se refiere la normativa postal), de modo que resultan en todo punto ajustadas a la máxima asequibilidad que en este momento se puede ofrecer a un servicio que, como viene indicando esa Dirección de Transportes y del Sector Postal, se encuentra en pleno proceso de descenso en la demanda.

Por lo demás, tal y como se pone de manifiesto en la Resolución, interesamos destacar que el precio del paquete azul se encuentra plenamente ajustado en todos sus tramos de peso al de otros productos de paquetería no SPU en los que sí se contempla la existencia de tarifas específicas por razón del destino. Siendo así, entendemos que los precios de este producto postal cumplen con el principio de asequibilidad en términos globales y para todo el conjunto de la población española”.

Adicionalmente, Correos señala en sus alegaciones respecto al paquete de exportación:

“La resolución concluye que se compromete el principio de asequibilidad del paquete con destino Europa por comparación con la tarifa ofrecida por otros operadores de la UE. En este sentido, reiteramos la importancia de tener en consideración las circunstancias que pueden suponer que la comparación utilizada en la resolución no sea homogénea. En concreto:

- En el caso de Correos, la Zona A abarca países cercanos como Francia, Italia, Alemania o Austria con otros destinos de la UE más lejanos como Noruega o Grecia. Por este motivo, precios transfronterizos aparentemente caros para distancias cortas (por Francia o Portugal) no lo son tanto para compensar los mayores costes que suponen las rutas más largas.*

- La capacidad de Correos de negociar las condiciones económicas del transporte internacional o de la distribución en destino es menor que la de otros países que gestionan mayores volúmenes.*

- La escorada ubicación de España supone que la distancia del tráfico internacional y por consiguiente el coste de transporte internacional es mayor que el de otros países con ubicación más céntrica.*

Como se informó en la memoria, se trata de dos casos en los que se pone de manifiesto el conflicto que en ciertas ocasiones se produce entre la aplicación del principio de orientación a costes y el principio de asequibilidad, aspecto ampliamente discutido en el seno de la regulación postal europea”.

Contestación CNMC:

En la tabla “Tarifa 2021 vs costes Paquete azul” aportada por Correos en sus alegaciones, se observa que el paquete azul tiene un margen promedio (en términos porcentuales, resultante de dividir el beneficio antes de impuestos entre la tarifa 2021) del [10-20%]. En concreto, el margen en los tres tramos de peso inferiores se sitúa entre el [0-10%], en el siguiente tramo en torno al [10-20%], y en los 2 tramos de peso superiores entre el [20-30%].

Esta Sala valora positivamente las mejoras operativas introducidas por Correos para lograr incrementar los índices de calidad del paquete azul. Igualmente, es razonable que Correos diseñe sus tarifas zonales de exportación de paquetería SPU de manera que se puedan compensar los mayores costes de las rutas más largas.

Tras analizar lo indicado por Correos en su memoria justificativa y alegaciones, junto a la evolución de los precios medios europeos recogidos en los informes previamente citados, esta Sala concluye que de acuerdo con los últimos datos disponibles los precios de los servicios SPU propuestos por Correos para 2021 no comprometen el principio de asequibilidad, con la excepción del precio del paquete doméstico (paquete azul, con entrega en D+3) y del precio del paquete con destino a Europa (paquete internacional económico, con entrega en D+5). Asimismo, el incremento notable de la carta ordinaria de exportación desde 2015, que la sitúa actualmente en el nivel del precio medio europeo justifica la oportunidad de su seguimiento por esta Comisión en los próximos años.

Principio de orientación a costes

Como ya se ha avanzado, el análisis de la orientación a costes de los precios SPU 2021 se apoya en los resultados de la CA de Correos correspondientes al ejercicio 2019¹⁴. Estos resultados revelan lo siguiente:

- La CA 2019 registró pérdidas globales en el ámbito SPU de [CONFIDENCIAL] euros. Las cartas SPU registraron pérdidas de aproximadamente [CONFIDENCIAL] y los paquetes SPU beneficios de [CONFIDENCIAL] euros.
- El número total de envíos del operador designado es de 3.232 millones¹⁵, de los cuales el 57% (1.858 millones de envíos) corresponden al SPU. De los ingresos netos totales ([CONFIDENCIAL] euros), el [40-50]%

¹⁴ Correos comunica a la CNMC sus CA anuales antes del 25 de julio del año inmediatamente posterior, en virtud de la Orden FOM/2447/2004, de 12 de julio, sobre la contabilidad analítica y la separación de cuentas de los operadores postales (<https://www.boe.es/eli/es/o/2004/07/12/fom2447>). La última CA verificada por la CNMC es la correspondiente al ejercicio 2017 (VECO/DTSP/003/20 (<https://www.cnmc.es/expedientes/vecodtsp00320>)).

¹⁵ Un 12,4% más que en 2018, incremento debido a las elecciones generales de abril y noviembre de 2019 que supusieron 688 millones de envíos. El volumen de envíos de Correos en 2019, si sólo se consideran las cartas, la paquetería, la publicidad directa y las publicaciones se situaría en torno a 2.541 millones.

([CONFIDENCIAL] euros) corresponde a servicios SPU. Aproximando los descuentos sobre las tarifas oficiales de Correos por la relación ingreso neto/ingreso bruto en 2019, el descuento medio en el total de los productos de Correos fue del [40-50]%, y el descuento medio en el total de los productos SPU de Correos, del [30-40]%¹⁶.

- Dentro del ámbito SPU, la carta supone el 99,96% de los envíos, el [90-100]% de los ingresos brutos, y el [90-100]% de los ingresos netos.
- Los productos SPU de mayor importancia, por número de envíos y por ingresos, son CON 20, CON 50, CCN 20 y CCN 50, por lo que el análisis se ha centrado en ellos, si bien se destacan también algunas conclusiones en relación con otros productos SPU.

¹⁶ Frente al [40-50]% y [40-50]% en 2018, [40-50]% y [30-40]% en 2017, [30-40]% y [30-40]% en 2016, y [30-40]% y [30-40]% en 2015 respectivamente, es decir, se aprecia en los años 2015-2018 un incremento en los descuentos totales de Correos debido a un crecimiento mayor de los descuentos en productos no SPU respecto a los productos SPU. No obstante, en el año 2019 se aprecia una estabilización de los descuentos medios totales, en esencia similares a los de 2018, observándose una disminución del [0-10]% en el descuento medio SPU con respecto a 2018.

Tabla resumen de productos SPU de relevancia¹⁷ en términos de envíos, ingresos o descuentos (en %)

Producto	Envíos/envíos SPU	IB/IB SPU	IN/IN SPU	Descuento 1-(IN/IB)
CON 20	[70-80]	[50-60]	[40-50]	[50-60]
CON 50	[10-20]	[10-20]	[0-10]	[40-50]
CON 100	[0-10]	[0-10]	[0-10]	[30-40]
CON 500	[0-10]	[0-10]	[0-10]	[20-30]
CCN 20	[0-10]	[0-10]	[0-10]	[20-30]
CCN 50	<1	[0-10]	[0-10]	[20-30]
CCN100	<1	[0-10]	[0-10]	[10-20]
CCN 500	<1	[0-10]	[0-10]	[10-20]
CO Import 20	[0-10]	[0-10]	[0-10]	0,0
CO Import 50	[0-10]	<1	[0-10]	0,0
CO Import 500	<1	<1	[0-10]	0,0
CO Export 20	[0-10]	[0-10]	[0-10]	[0-10]
CC Export 500	<1	<1	[0-10]	[0-10]

Fuente: elaboración propia

Análisis de los productos más relevantes

CARTA ORDINARIA NACIONAL

Según la CA 2019, la CON 20 explica por sí sola aproximadamente/cerca de la mitad del total de envíos de Correos (en concreto el [40-50]%; el [50-60]% excluyendo los envíos de las elecciones) y el [70-80]% del volumen de los envíos SPU. La CON 50 supuso el [10-20]% de los envíos SPU.

CON 20, CON 50 y CON 100 registran pérdidas de [CONFIDENCIAL] euros, [CONFIDENCIAL] y [CONFIDENCIAL] euros respectivamente. El resultado global de la CON fue de [CONFIDENCIAL] euros de pérdidas, pues los resultados positivos de las cartas nacionales de mayor peso solo compensaron ligeramente las pérdidas en los tres primeros tramos de peso.

Los descuentos medios, aproximados por la diferencia entre ingresos brutos e ingresos netos, en los tres primeros tramos de peso son de [50-60], [50-60] y [30-40]% respectivamente, y el margen efectivo¹⁸ negativo fue de [20-30], [10-20] y [10-20]% respectivamente. El margen efectivo medio (ponderado por el volumen) de toda CON fue negativo, de [10-20]% (frente a un margen negativo de [20-30]% en 2018).

¹⁷ Se incluyen en la tabla los productos analíticos SPU con $\geq 1\%$ en las columnas Envíos, IB, o IN.

¹⁸ (Ingreso Neto-Coste) /Ingreso Neto.

El cliente Admisión Masiva Minorista¹⁹ “AMM” explica [70-80%] de los envíos de Carta Ordinaria Nacional en los 2 tramos inferiores²⁰ de peso, es decir, hasta 20 g y hasta 50 g (el [80-90]% de los envíos CON 20 y el [70-80]% de los envíos CON 50, concretamente) y prácticamente la totalidad de las pérdidas en estos 2 productos ([CONFIDENCIAL] euros en CON 20 y [CONFIDENCIAL] en CON 50, superan las pérdidas totales en esos productos ([CONFIDENCIAL] euros y [CONFIDENCIAL] euros respectivamente)).

Los márgenes efectivos en este tipo de cliente fueron negativos en los tres primeros tramos de peso (≤ 20 g, ≤ 50 g y ≤ 100 g) de [30-40], [20-30] y [30-40]%, respectivamente (estos márgenes negativos fueron del [30-40], [20-30] y [30-40]% respectivamente en 2018), habiéndose aplicado unos descuentos²¹ del [50-60], [50-60] y [50-60]% respectivamente (estos descuentos fueron del [50-60], [50-60] y [40-50]% respectivamente en 2018). El margen es positivo en los tres tramos de pesos restantes (≤ 500 g, ≤ 1 kg y ≤ 2 kg) con descuentos que oscilan entre el [30-40]% y el [40-50]%.

Suponiendo que los costes unitarios permanecieran estables entre 2019 y 2021, y que los aumentos de precios entre 2019 y 2021 se trasladaran íntegramente al ingreso neto²² (en adelante se utiliza la expresión ‘en la situación hipotética más favorable’ para referir estos supuestos), los márgenes efectivos seguirían siendo negativos en 2021 en los tres primeros tramos de peso (≤ 20 g, ≤ 50 g y ≤ 100 g, en concreto, [10-20], [0-10] y [10-20]% respectivamente frente a márgenes igualmente negativos de [10-20], [0-10] y [20-30]% respectivamente en el mismo ejercicio realizado en el marco de la verificación de los precios SPU de 2020).

Los clientes Contado y Sellos²³, que suman aproximadamente el [0-10]% del volumen en cada uno de los dos primeros tramos de peso de la CON, y desde el [20-30]% hasta el [40-50]% del volumen en los cuatro tramos de peso restantes, presentan márgenes efectivos positivos en todos los productos CON según la CA 2019, resultando igualmente positivos en todos los tramos de peso en 2021 en la situación hipotéticamente más favorable.

¹⁹ En concreto, clientes con contrato que depositan sus envíos en Centros de Admisión Masiva.

²⁰ Tal y como se muestra en el Anexo, existen 6 tramos de peso para las tarifas de las Cartas SPU (ordinaria nacional, certificada nacional, ordinaria exportación y certificada exportación): ≤ 20 g, ≤ 50 g, ≤ 100 g, ≤ 500 g, ≤ 1 kg y ≤ 2 kg.

²¹ Descuentos calculados aquí como: (Ingreso Bruto-Ingreso Neto)/Ingreso Bruto.

²² Los supuestos son los más favorables a Correos, al suponer que el incremento de precios se traslada íntegramente al ingreso neto y al suponer los costes unitarios constantes entre 2019 a 2021, a pesar de que sea probable que estos crezcan anualmente en un contexto de reducción de volúmenes, al menos en el caso de la carta.

²³ Contado y sellos conforman el grupo de clientes particulares sin contrato y sin derecho a descuentos.

CARTA CERTIFICADA NACIONAL

La CCN registra un margen efectivo positivo en la CA 2019 en los 6 tramos de peso. En cambio, en la CA 2018 la CCN aún presentaba un margen efectivo negativo en el segundo tramo (≤ 50 g) de menor peso ($[0-10]\%$)²⁴.

Como novedad en el informe de la CA 2019 presentado por Correos destaca frente a los ejercicios anteriores la creación de productos analíticos relativos al servicio de carta certificada administrativa, por cada uno de los tramos de peso relevantes: ≤ 20 g, ≤ 50 g, ≤ 100 g, ≤ 500 g, ≤ 1 kg y ≤ 2 kg, el desglose de los ingresos brutos, ingresos netos, costes y volúmenes en los productos carta certificada (SPU) y en (los nuevos productos) carta certificada administrativa (no SPU). Ello responde a los requerimientos efectuados por la CNMC en sus resoluciones de verificación de la CA referidas a los ejercicios 2016 y 2017²⁵.

En concreto, en la CA 2018 las cartas certificadas nacionales supusieron en total [CONFIDENCIAL] envíos con un resultado neto de ganancias de [CONFIDENCIAL] euros. Debido al desglose SPU/no SPU mostrado en el informe de resultados de la CA 2019, las cartas certificadas (SPU) supusieron un volumen de [CONFIDENCIAL] con unas ganancias de [CONFIDENCIAL] euros, frente a las cartas certificadas administrativas²⁶ (no SPU) con un volumen de [CONFIDENCIAL] y unas pérdidas de [CONFIDENCIAL] euros. Si se consideran las ganancias de los valores añadidos de las cartas certificadas administrativas (en concreto, los productos analíticos denominados 'Gestión Entrega Notificación Tarde', 'Gestión Entrega Notificación Mañana', 'Aviso de Recibo Notificación', 'Prueba de Entrega Electrónica Notificación', que produjeron en 2019 unas ganancias de [CONFIDENCIAL] euros), el resultado neto total asociado a las notificaciones administrativas en 2019 se traduce en unas ganancias de [CONFIDENCIAL] euros.

Adicionalmente, se observa en los datos de la CA 2019 que los descuentos de la carta certificada nacional (SPU, productos ofrecidos a particulares y a clientes con contrato, tanto públicos como privados) oscilan entre $[0-10]$ y $[20-30]\%$ mientras que los

²⁴ A diferencia de años anteriores, no se analiza el cliente AMM ni el cliente Oficina contrato, al observarse que, si bien el informe de resultados de la contabilidad analítica de 2019 presentado por Correos en julio de 2020 sí recoge la creación del nuevo producto analítico no SPU (Carta Certificada Administrativa, distribuido en 6 tramos de peso), la Cuenta de Pérdidas y Ganancias Analítica Detallada 2019 no recoge este nuevo producto analítico, de modo que resulta imposible efectuar el análisis de las cartas certificadas SPU por tipo de cliente específico.

²⁵ La CNMC, para asegurar el cumplimiento del principio de separación contable SPU/no SPU y la mejora de la causalidad y la objetividad en las imputaciones del Sistema de Contabilidad de Costes (SCC) de Correos, viene exigiendo a Correos la creación del Producto Analítico (PA) Notificación Administrativa (NA) y su ubicación fuera del SPU desde la verificación de la CA 2013. En la medida que Correos en 2016 creó los valores añadidos NA (no SPU), alternativamente se admite que las NAs se contabilicen en el SCC como la suma de los valores añadidos NAs y un PA de nueva creación que es la Carta Certificada Administrativa (con 6 tramos de peso) que debe ubicarse fuera del SPU.

²⁶ La Carta Certificada Administrativa es el nuevo PA creado como resultado de las resoluciones de la CNMC de las CA 2016 y 2017, para la adecuada contabilización de las NAs.

descuentos de las cartas certificadas administrativas (nuevo producto analítico introducido en CA 2019 ligado a las notificaciones, no SPU, ofrecido sólo a la Administración Pública) oscilan entre [40-50] y [50-60]%.

RESTO DE SERVICIOS

- Paquete azul: Este producto analítico arroja beneficios en la CA 2019 de unos [CONFIDENCIAL] euros (de unos [CONFIDENCIAL] euros en la CA 2018). Respecto a la evolución de los resultados para cada uno de los 6 tramos de peso (≤ 1 kg, ≤ 2 kg, ≤ 5 kg, ≤ 10 kg, ≤ 15 kg y ≤ 20 kg) se observa que en el ejercicio 2019 presentan pérdidas sólo los 3 tramos menores mientras que en el 2018 presenta pérdidas sólo el tramo ≤ 2 kg de peso. Los volúmenes de paquete azul disminuyen en 2019, para cada tramo de peso, entre [10-20]% y [20-30]% frente a 2018. Por otra parte, el cliente Contado supone prácticamente la totalidad de los volúmenes en los 3 mayores tramos de peso (entre [90-100]%), mientras que en los 3 menores tramos de peso oscila entre el [50-60] y el [80-90]%.

El margen efectivo negativo de los tramos ≤ 1 kg, ≤ 2 kg y ≤ 5 kg de peso ([10-20]%, [0-10]% y [0-10]% respectivamente) pasaría a ser, en la situación hipotética más favorable, positivo en 2021 ([0-10]%, [0-10]% y [0-10]% respectivamente).

- CO Export: El producto CO Export 20 (≤ 20 g) supone el [70-80]% del volumen total de CO Export para los 6 tramos de peso. Dentro de CO Export 20 los clientes más importantes son Agentes turísticos²⁷ y AMM ([20-30]% y [20-30]% del volumen respectivamente). Contado y Sellos suman el [30-40]% del volumen. Para los restantes tramos de peso los clientes más importantes en términos de volumen son Contado y Sellos, que suman entre el [50-60] y el [70-80]% del volumen en todos esos tramos, siendo más significativa la aportación de Contado al aumentar de tramo de peso.

El producto ≤ 20 gr presenta margen efectivo positivo en la CA 2019 de [30-40]% (también positivo, del [20-30]% en 2018). En ese tramo, el cliente AMM registra margen efectivo positivo del [30-40]%, el cliente Agentes turísticos del [30-40]%, el cliente Sellos del [30-40]% y el cliente Contado del [20-30]%.

- CC Export: Registra beneficios en la CA 2019 de [CONFIDENCIAL] euros, ([CONFIDENCIAL] euros en 2018) es decir, [CONFIDENCIAL] euros por envío ([CONFIDENCIAL] euros en 2018). El cliente Contado explica entre el [60-70] y el [90-100]% de los envíos según los 6 tramos de peso. Ningún tramo de peso presenta margen efectivo negativo en 2019, a diferencia de 2018, donde los 2 tramos de peso inferiores (≤ 20 gr y ≤ 50 gr) presentaban márgenes efectivos

²⁷ Los Agentes Turísticos son agregadores de correo que depositan envíos de otros clientes, principalmente particulares en zonas turísticas, en la red de Correos.

negativos de [10-20]% y [10-20]% respectivamente, y en la hipótesis más favorable para Correos los márgenes seguirían resultando negativos en esos dos tramos de peso en 2020 del [0-10]% y [0-10]% respectivamente.

- Paquete postal Export: Registra beneficios en la CA 2019 de unos [CONFIDENCIAL] euros, es decir, [CONFIDENCIAL] euros de media por envío (en 2018 presentaba beneficio de [CONFIDENCIAL] euros de media por envío). El cliente Contado explica entre el [90-100]% de los envíos en todos los tramos de peso²⁸. Los márgenes efectivos en 2019 son positivos para todos los tramos de peso, entre el [30-40] y el [40-50]%. Respecto a los volúmenes del año 2018, presenta un descenso del [0-10]% en el tramo de menor peso, del [0-10]% en el intermedio y del [0-10]% en el de mayor peso.

En la Memoria justificativa explica Correos que las tarifas propuestas cubren la totalidad de los costes fijos y variables, tras una actualización al alza de los precios en base a las siguientes razones:

- Gestión eficiente del coste neto del SPU, mediante la actualización de las tarifas para el ejercicio 2021, el incremento del precio medio de los clientes con contrato, medidas de ahorro de costes y medidas de diversificación de ingresos.
- Evolución de costes unitarios, cuya tendencia sería creciente debido a la disminución de los volúmenes de envíos gestionados y a la limitada capacidad de reducción de costes fijos derivados de las condiciones de prestación impuestas.

Como ya se ha expuesto en Resoluciones anteriores, los precios a los grandes clientes en el ámbito del SPU deben reflejar los costes evitados a Correos (por ejemplo, envíos masivos preclasificados y franqueados que se depositan en Centros de Admisión Masiva) frente a los incurridos para prestar el servicio a los clientes particulares, que pagan los precios sin descuento. Tomando como referencia los resultados de la CA 2019 de Correos, en el escenario hipotético más favorable, se observa que las diferencias de precios entre los clientes sin derecho a descuento y los clientes con derecho a descuento en 2021 no se corresponderían con las diferencias de costes unitarios en que incurre Correos al prestarles los servicios a esos clientes, es decir, no estarían orientados a costes.

En el caso de la CON, la comparación hipotética de ingresos netos unitarios y costes unitarios en 2021 entre el cliente AMM y el cliente Contado²⁹ tendría el siguiente resultado:

²⁸ La CA distingue tres tramos de peso: ≤ 5 kg, ≤ 10 kg y >10 kg, mientras que las tarifas se presentan por envío + por kilo o fracción y distinguiendo Zonas de la A a la E. El análisis se hace para la Zona A.

²⁹ Véase pie de página 22.

- En la CON 20, la diferencia de [CONFIDENCIAL] céntimos en el ingreso neto unitario de ambos tipos de clientes no se explicaría por la diferencia de [CONFIDENCIAL] céntimos en sus costes unitarios.
- En la CON 50, la diferencia de [CONFIDENCIAL] céntimos entre sus ingresos netos unitarios no se explicaría por la diferencia de [CONFIDENCIAL] céntimos de euro en los costes unitarios.

Alegaciones de Correos sobre su modelo de fijación de precios

Correos señala que el modelo de descuentos que aplicará en 2021 *“se ha construido de forma que se garantice que el precio que paguen todos los clientes con derecho a descuento cubra sus costes de prestación del servicio. Este modelo de descuento que servirá de soporte metodológico para la definición de los precios aplicables a los clientes con derecho a descuento se ha construido teniendo en cuenta las siguientes consideraciones:*

- (i) *La aplicación del modelo de descuentos 2021 a las tarifas propuestas de carta ordinaria nacional va a suponer un incremento del precio efectivo respecto a los precios del 2020 de entre el [0-10]% y el [10-20]% según el tramo de envíos.*
- (ii) *Los costes utilizados son los proporcionados por la Contabilidad Analítica del ejercicio 2019.*
- (iii) *Se han tenido en cuenta los ahorros operativos que se produzcan en las fases de admisión, clasificación, distribución y transporte.*
- (iv) *Se han tenido en cuenta qué parte de los costes son directos y qué parte son comunes.*
- (v) *Se consideran los ahorros por economía de escala generados por los clientes que depositen una gran cantidad de volúmenes sin necesidad de incurrir en costes incrementales.*

La Resolución sobre tarifas concluye que “las tarifas ahora propuestas implican que los precios que se aplicarán a los grandes clientes con descuento no cumplen indiciariamente con el principio de orientación a costes. La CA 2019 de Correos establece que los precios de determinados servicios que pagan los clientes con derecho a descuento generan márgenes efectivos negativos, que continuaran resultando negativos en la mayoría de los casos en 2021 en la situación hipotética más favorable a Correos”.

Esta conclusión es el resultado de comparar los ingresos previsibles de clientes con descuento en 2021 con los costes proporcionados por la Contabilidad Analítica detallada por producto reportada por Correos.

Consideramos que se trata de una comparación que no es apropiada para la evaluación del precio de un servicio y que induce a error en la medida en la que se basa en comparar ingresos derivados de la aplicación del precio analizado con los costes imputados según una metodología de costes históricos totalmente distribuidos.

En aplicación de esta comparación, tal y como se realiza en la Resolución, se puede concluir de manera errónea que el precio es el causante de las pérdidas cuando la realidad puede ser que el precio esté correctamente orientado a costes y que las pérdidas no sean provocadas por el precio aplicado sino por la caída de volúmenes. O dicho de otra manera, que las pérdidas son la consecuencia de que los volúmenes gestionados son insuficientes para sufragar la totalidad de los costes comunes de la Compañía.

Consideramos por tanto, que para realizar una evaluación precisa de la orientación a costes de los precios ofrecidos a clientes con derecho a descuento habría que profundizar en el análisis para identificar hasta qué punto las pérdidas a las que se hace referencia en la Resolución son derivadas de la política de precios o más bien son consecuencia de la fuerte caída de actividad”.

Contestación CNMC:

Esta Comisión insiste y reproduce lo expuesto en la Resolución de 16 de febrero de 2017 por la que se revisan los precios de los servicios postales prestados bajo régimen de obligaciones de servicio público para el año 2017³⁰, en concreto:

“Asimismo, conviene mencionar que la regulación de la CA de Correos se basa en la Ley Postal de 2010 y también en la Orden FOM 2447/2004 que indica que el modelo de CA de Correos es el de costes históricos totalmente distribuidos, y que tal y como se recoge en el artículo 2. a) de la mencionada Orden, la CA debe cumplir, entre otros el fin de “conocer el coste real de los servicios para el adecuado establecimiento de los precios incluidos en el ámbito universal”.

Por tanto, como no podía ser de otra manera, la comprobación de precios a la que se refiere el artículo 34 de la Ley 43/2010 que ha sido realizada en el epígrafe anterior se sustenta en los resultados del modelo de CA correspondiente al ejercicio 2014 del propio operador, donde se puede constatar claramente que en ningún caso los costes evitados en la prestación a los servicios a los grandes clientes se corresponden con los ahorros de costes que tales clientes generan a Correos de acuerdo a los costes recogidos en la mencionada Contabilidad”.

³⁰ <https://www.cnmc.es/expedientes/stpdtsp25316>

Así, procede nuevamente remitirse a la Sentencia de la Sala de lo Contencioso-Administrativo de la Audiencia Nacional, de 19 de junio de 2017, confirmada por el Tribunal Supremo el 19 de diciembre de 2018, como se expuso previamente, en la medida en que ratifica el criterio de la CNMC al rechazar el modelo de costes propuesto por Correos.

A la vista de todo lo expuesto, y a reserva de su posterior comprobación en la verificación de la CA del ejercicio 2021, esta Sala concluye que los precios de los servicios postales prestados bajo régimen de obligaciones de servicio público propuestos para el año 2021 no cumplen indiciariamente con el principio de adecuación a los costes reales de prestación del servicio, pues los resultados de la CA 2019 ponen de manifiesto que los precios de determinados servicios que pagan los clientes con derecho a descuento generan márgenes efectivos negativos, que continuarán resultando negativos en la mayoría de los casos en 2021 en la situación hipotética más favorable a Correos al trasladar íntegramente el incremento de tarifas de 2019-2021 a sus ingresos netos y mantener sus costes unitarios constantes. El principio de orientación a costes implica que los precios que pagan los clientes con derecho a descuentos ha de responder exclusivamente al ahorro de costes generado por los mismos frente a los clientes particulares, y esto no es así al menos en los casos analizados en esta resolución.

Por último, es necesario advertir que la política de fijación de precios que Correos aplica a los clientes particulares y a los clientes con derecho a descuento ha ocasionado, en lo que se refiere al principal producto del SPU, la CON, que de los [CONFIDENCIAL] euros de pérdidas de ese producto según la CA 2019, la práctica totalidad de las mismas se produzcan por los clientes con derecho a descuento (AMM³¹), mientras que los clientes particulares generan márgenes positivos en todos los tramos de peso³².

Principio de transparencia y no discriminación

La CNMC concluyó en las Resoluciones de precios SPU de 2015 a 2020 que las tarifas oficiales de los servicios SPU de tales ejercicios cumplían los principios de

³¹ Estos clientes (que depositan en centros de admisión masiva) generan [CONFIDENCIAL] euros de pérdidas, seguidos por los clientes con contrato que depositan en Oficina de Correos y que tienen derecho a descuento, que añaden [CONFIDENCIAL] euros de pérdidas. Por el contrario, los operadores de acceso que depositan en la red de Correos suponen ganancias en torno a [CONFIDENCIAL] euros.

³² Los clientes particulares producen ganancias de [CONFIDENCIAL] euros, seguidos del cliente Sellos ([CONFIDENCIAL] euros), del cliente con contrato que deposita en oficina sin derecho a descuentos ([CONFIDENCIAL] euros, de los cuales [CONFIDENCIAL] euros proceden de clientes privados y [CONFIDENCIAL] euros de la Administración Pública), y del cliente Agencias Colaboradoras (ganancias de [CONFIDENCIAL] euros).

transparencia, al ser publicados en la web de Correos, y no discriminación, debido a la uniformidad de las tarifas para todos los usuarios, independientemente del lugar de la geografía española donde se encuentren y del lugar de destino de sus envíos.

Las tarifas SPU para el año 2021 que habrán de pagar los usuarios particulares cumplen igualmente con los principios de transparencia y no discriminación, por las mismas razones señaladas para los años previos.

Por otra parte, la publicación en la página web de Correos y de la CNMC del Contrato tipo de acceso a la red postal, de acuerdo con lo establecido en la Resolución CNMC de 25 de abril de 2018³³, satisface la observancia del cumplimiento de los principios de transparencia y no discriminación en relación con los precios efectivos que pagan los clientes que se benefician de descuentos en función de los costes que evitan a Correos.

Tal y como se señala en dicha Resolución, el valor de los descuentos máximos por volumen se ha obtenido para las tarifas vigentes en 2018, por lo que cualquier actualización por parte de Correos de las tarifas en vigor dará lugar, automáticamente, a las correspondientes variaciones en los porcentajes máximos de descuento, que tendrán que ser calculados por Correos de acuerdo con la metodología establecida en esa Resolución.

Asimismo, deberá considerar la variación de los porcentajes de descuento conforme a los hitos marcados en 4 plazos anuales (senda de ajuste) para los descuentos por volumen, las bonificaciones/penalizaciones por entregas en zonas de alto coste, y los descuentos por grado de clasificación, tal y como se indica en esa Resolución.

Correos no ha presentado alegaciones sobre la valoración por parte de esta Comisión del cumplimiento de los principios de transparencia y no discriminación.

De conformidad con lo señalado, esta Sala concluye que las tarifas oficiales de los servicios SPU para 2021 cumplen con los principios de transparencia y no discriminación. Asimismo, se observa el cumplimiento de estos principios en el caso de los precios con descuento, en virtud del contrato tipo de acceso aprobado por Resolución de 25 de abril de 2018.

³³ Resolución CNMC de 25 de abril de 2018, por la que se aprueba el contrato tipo de acceso a la red postal en cumplimiento de lo previsto en el artículo 45 de la Ley Postal (Expdte. STP/DTSP/008/15 (<https://www.cnmc.es/expedientes/stpdtsp00815>)). Con fecha 13 de enero de 2020 se notifica a esta Comisión la Sentencia de la Audiencia Nacional (AN) de 18 de diciembre de 2019 (Nº de Recurso: 374/2018) por la que se estima el recurso de Correos contra la Resolución de 15 de febrero de 2018 sobre el procedimiento relativo a la aprobación del Contrato Tipo de Acceso a la Red Postal de la Sociedad Estatal Correos y Telégrafos, S.A., S.M.E. (la primera de las dos Resoluciones del Expediente STP/DTSP/008/15). Con fecha 1 de junio de 2020 se notifica a esta Comisión por parte de la AN un escrito de 11 de marzo de 2020 significando que la citada Sentencia no es firme, al haberse preparado recurso de casación por la representación y defensa de los recurrentes.

Por todo lo anterior, la Sala de Supervisión Regulatoria

RESUELVE

PRIMERO. Que los precios de los servicios postales prestados bajo régimen de obligaciones de servicio público propuestos para el año 2021 que pagan los clientes particulares no comprometen el principio de asequibilidad –a excepción del precio del paquete doméstico (paquete azul) y del paquete transfronterizo europeo (paquete exportación económico)– y cumplen con los principios de transparencia, no discriminación y orientación a los costes reales de prestación del servicio.

SEGUNDO. Que los precios de determinados servicios postales prestados bajo régimen de obligaciones de servicio público que pagan los usuarios con derecho a descuentos no cumplen indiciariamente, a reserva de lo que resulte de la verificación de la contabilidad analítica de costes, con el principio de adecuación a los costes de prestación del servicio.

TERCERO. Que se observa el cumplimiento de los principios de transparencia y no discriminación para los precios con descuento en virtud del contrato tipo de acceso aprobado por Resolución de 25 de abril de 2018.

CUARTO. Que se adopten medidas de investigación por la Dirección de Transporte y Sector Postal en relación con el posible incumplimiento de los principios relacionados con la prestación del servicio postal universal.

Comuníquese esta Resolución a la Dirección de Transportes y del Sector Postal y notifíquese al interesado, haciéndole saber que la misma pone fin a la vía administrativa y que puede interponer contra ella recurso contencioso-administrativo ante la Audiencia Nacional, en el plazo de dos meses a contar desde el día siguiente al de su notificación.

ANEXOS

Glosario de acrónimos:

- BAI: Beneficios Antes de Impuestos e Intereses
- CA: Contabilidad Analítica
- CON: Carta Ordinaria Nacional
- CON 20: Carta Ordinaria Nacional de hasta 20 gr.; CON 50: Carta Ordinaria Nacional de hasta 50 gr (y más de 20); CON 100: Carta Ordinaria Nacional de hasta 100 gr (y más de 50); y así sucesivamente
- CCN: Carta Certificada Nacional
- CO Import: Carta Ordinaria Importación
- CO Export: Carta Ordinaria Exportación
- CC Export: Carta Certificada Exportación
- Cliente AMM: cliente Admisión Masiva Minorista
- EE. UU.: Estados Unidos
- ERGP: Grupo de Reguladores Europeos de Servicios Postales
- IB: Ingreso Bruto
- IN: Ingreso Neto
- IPC: Índice de Precios al Consumo
- IVA: Impuesto sobre el Valor Añadido
- LCNMC: Ley 3/2013, de 4 de junio, de creación de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia
- LPAC: Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas
- LSP: Ley 43/2010, de 30 de diciembre, del servicio postal universal, de los derechos de los usuarios y del mercado postal
- NA: Notificación Administrativa
- PA: Producto Analítico
- PyGD: Cuenta de Pérdidas y Ganancias Detallada
- SCC: Sistema de Contabilidad de Costes
- SPU: Servicio Postal Universal
- STS Sentencia del Tribunal Supremo
- UE: Unión Europea

PROPUESTA DE PRECIOS DE CORREOS EN 2021 PARA LOS SERVICIOS INCLUIDOS EN EL ÁMBITO DEL SERVICIO POSTAL UNIVERSAL

Precio en euros	2021	2020	Incremento
Carta Ordinaria Nacional ≤ 20 g (CON20)	0,70	0,65	7,69%
Carta Ordinaria Nacional ≤ 50 g (CON50)	0,80	0,75	6,67%
Carta Ordinaria Nacional ≤ 100 g (CON100)	1,25	1,15	8,70%
Carta Ordinaria Nacional ≤ 500 g (CON500)	2,50	2,40	4,17%
Carta Ordinaria Nacional ≤ 1 kg (CON1000)	5,15	5,05	1,98%
Carta Ordinaria Nacional ≤ 2 kg (CON2000)	5,60	5,50	1,82%
Carta Certificada Nacional ≤ 20 g (CCN20)	4,15	3,80	9,21%
Carta Certificada Nacional ≤ 50 g (CCN50)	4,25	3,90	8,97%
Carta Certificada Nacional ≤ 100 g (CCN100)	4,70	4,30	9,30%
Carta Certificada Nacional ≤ 500 g (CCN500)	5,95	5,55	7,21%
Carta Certificada Nacional ≤ 1 kg (CCN1000)	8,60	8,20	4,88%
Carta Certificada Nacional ≤ 2 kg (CCN2000)	9,05	8,65	4,62%
Carta Ordinaria Exportación ≤ 20 g (COE20)	1,50	1,45	3,45%
Carta Ordinaria Exportación ≤ 50 g (COE50)	1,80	1,75	2,86%
Carta Ordinaria Exportación ≤ 100 g (COE100)	2,60	2,50	4,00%
Carta Ordinaria Exportación ≤ 500 g (COE500)	6,80	6,70	1,49%
Carta Ordinaria Exportación ≤ 1 kg (COE1000)	13,20	13,20	0,00%
Carta Ordinaria Exportación ≤ 2 kg (COE2000)	21,10	21,10	0,00%
Carta Certificada Exportación ≤ 20 g (CCE20)	5,80	5,45	6,42%
Carta Certificada Exportación ≤ 50 g (CCE50)	6,10	5,75	6,09%
Carta Certificada Exportación ≤ 100 g (CCE100)	6,90	6,50	6,15%
Carta Certificada Exportación ≤ 500 g (CCE500)	11,10	10,70	3,74%
Carta Certificada Exportación ≤ 1 kg (CCE1000)	17,50	17,20	1,74%
Carta Certificada Exportación ≤ 2 kg (CCE2000)	25,40	25,10	1,20%
Paquete Azul ≤ 1 kg	12,65	11,40	10,96%
Paquete Azul ≤ 2 kg	14,30	13,45	6,32%
Paquete Azul ≤ 5 kg	18,35	17,35	5,76%
Paquete Azul ≤ 10 kg	21,85	20,65	5,81%
Paquete Azul ≤ 15 kg	31,65	30,05	5,32%
Paquete Azul ≤ 20 kg	38,15	36,15	5,53%
Paquete Exportación Económico ≤ 5 kg	46,25	44,00	5,11%
Paquete Exportación Económico ≤ 10 kg	64,00	60,50	5,79%
Paquete Exportación Económico ≤ 15 kg	99,50	93,50	6,42%

Notas:

- En Cartas Exportación se muestra en la tabla solo el precio de la Zona 1 (Europa incluido Groenlandia).
- En Paquete Exportación se muestra en la tabla solo el precio de la Zona A (Europa Cercana).
Adicionalmente, los valores añadidos (valor declarado por cada 50 eur declarados o fracción) se incrementan un 5% en la tarifa nacional (2,10 eur para CC, Paquete Azul y CC urgente) y 4% en la tarifa internacional (2,60 eur para CC y Paquete Export Econ).