

INFORME ANUAL DEL SECTOR POSTAL (2020)

INF/DTSP/003/21

Fecha

16 de diciembre de 2021

www.cnmc.es

ÍNDICE

| | |
|---|----|
| INTRODUCCIÓN | 4 |
| 1. SERVICIOS POSTALES | 5 |
| 2. OPERADORES POSTALES | 6 |
| 2.1. Número de operadores postales | 8 |
| 2.2. Distribución geográfica de los operadores postales | 8 |
| 2.3. Distribución de los operadores postales por red | 9 |
| 2.4. Forma jurídica de los operadores postales | 10 |
| 3. EL MERCADO POSTAL EN EUROPA | 11 |
| 3.1. Oficinas postales | 12 |
| 3.2. Buzones | 13 |
| 3.3. Empleo | 14 |
| 3.4. Precio de las cartas | 16 |
| 3.5. Envíos de correspondencia | 17 |
| 4. EL MERCADO POSTAL EN LA ACTIVIDAD ECONÓMICA NACIONAL..... | 20 |
| 4.1. Indicadores de cifra de negocios y ocupación del mercado postal en la actividad económica nacional..... | 20 |
| 4.2. Precios al consumo | 22 |
| 5. EL MERCADO POSTAL EN ESPAÑA | 22 |
| 5.1. Principales indicadores del mercado postal | 23 |
| 5.2. Segmento SPT | 25 |
| 5.2.1. Descripción de la oferta del segmento SPT | 25 |
| 5.2.2. Principales operadores del segmento SPT | 26 |
| 5.2.3. Indicadores del segmento SPT | 27 |
| 5.2.3.1. Cifra de negocios de los operadores del segmento SPT | 27 |
| 5.2.3.2. Ingresos y envíos del segmento SPT | 28 |
| 5.2.3.3. Distribución de ingresos y envíos del segmento SPT por producto y flujo. | 32 |
| 5.2.3.4. Cuotas de mercado del segmento SPT | 36 |
| 5.2.3.5. Recursos del segmento SPT | 39 |
| 5.3. Segmento CEP | 43 |
| 5.3.1. Descripción de la oferta del segmento CEP | 43 |
| 5.3.2. Principales operadores del segmento CEP | 43 |
| 5.3.3. Indicadores del segmento CEP | 45 |
| 5.3.3.1. Cifra de negocios de los operadores del segmento CEP | 45 |
| 5.3.3.2. Ingresos y envíos del segmento CEP | 47 |
| 5.3.3.3. Distribución de ingresos y envíos del segmento CEP por producto y flujo..... | 51 |
| 5.3.3.4. Cuotas de mercado del segmento CEP | 55 |
| 5.3.3.5. Recursos del segmento CEP..... | 59 |
| 5.4. OTROS IMPACTOS DEL COVID | 61 |
| 5.4.1. Sobre la oferta de productos..... | 61 |
| 5.4.1.1. Sobre la cartera de productos | 61 |
| 5.4.1.2. Sobre los precios | 61 |
| 5.4.2. Sobre las condiciones de prestación del servicio | 62 |
| 5.4.2.1. Entrega..... | 62 |
| 5.4.2.2. Oficinas / Web..... | 64 |
| 5.4.3. Quejas y reclamaciones..... | 65 |
| 5.4.4. Otros..... | 66 |
| 5.4.4.1. Innovación | 66 |
| 5.4.4.2. Acción social..... | 66 |
| 5.4.4.3. Apoyo público | 67 |

| | |
|---|----|
| 5.4.4.4. Otros..... | 67 |
| 6. USO DE LOS SERVICIOS POSTALES Y COMERCIO ELECTRÓNICO | 67 |
| 6.1. Servicios postales..... | 68 |
| 6.2. Comercio electrónico | 73 |
| 7. CONCLUSIONES | 77 |
| ANEXO I. FUENTES DE INFORMACIÓN..... | 80 |
| ANEXO II. LISTADO DE LOS PRINCIPALES OPERADORES DEL MERCADO POSTAL | 81 |
| ÍNDICE DE GRÁFICOS..... | 82 |
| ÍNDICE DE TABLAS..... | 86 |

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 (en adelante CNMC) asigna a este organismo la competencia de supervisión y control del correcto funcionamiento del mercado postal. En ejercicio de esta función, la CNMC publica todos los años el Informe anual del sector postal.

El informe contiene indicadores elaborados con la información recabada por la propia CNMC complementados con indicadores o datos obtenidos y publicados por otros organismos españoles y europeos. Los últimos datos disponibles son los correspondientes al año 2020, fecha de referencia del informe¹. Los datos se recopilaban de las diferentes fuentes de información a lo largo del primer semestre del año 2021, habiéndose revisado la información por última vez en el mes de octubre, antes de proceder a dar por finalizada la redacción del informe.

El primer apartado delimita el ámbito objetivo, esto es los servicios, que se analizan en el resto de los apartados.

En el segundo apartado figuran indicadores relativos a los operadores postales inscritos en el Registro General de Empresas Prestadoras de Servicios Postales (en adelante, Registro postal). Dicho registro está gestionado por el Ministerio de Transportes, Movilidad y Agenda Urbana (en adelante, Ministerio de Transportes).

En el tercer apartado se presenta información relativa al mercado postal en la Unión Europea (en adelante, UE) a partir de los datos publicados por la Comisión Europea.

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 contiene indicadores sobre el mercado postal español elaborados con la información facilitada por los principales operadores postales a la CNMC. Los datos diferencian dos segmentos: el sector postal tradicional (en adelante, segmento SPT) y el sector de la mensajería y la paquetería (en adelante, segmento CEP). Este año, como novedad, se incluye un subapartado dedicado al impacto del COVID-19 en el mercado postal español durante el año 2020.

¹ La única excepción es el apartado sobre el mercado postal en Europa cuyos datos solo llegan a 2019, que son los últimos publicados por la Comisión Europea en su página web.

El sexto apartado se dedica a la información del mercado postal desde el punto de vista del usuario de los servicios postales y al comercio electrónico. Los indicadores se han creado a partir de la información recogida en la página web CNMC Data.

En el último apartado se incluyen las conclusiones más importantes del informe.

1. 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).

2. OPERADORES POSTALES

Una vez delimitado el ámbito objetivo del informe, el ámbito subjetivo del mismo se encuentra en el artículo 3 de la Ley postal donde se define un operador postal como:

“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 Postal². Por lo tanto, hay que recurrir al citado registro para conocer las empresas habilitadas para prestar servicios postales en España³.

El Registro postal se estructura en dos secciones⁴:

- 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 registro⁵.

² 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.”. La gestión del Registro Postal está atribuida a la Subdirección General de Régimen Postal que, a su vez, depende de la Secretaría General Técnica del Ministerio de Transportes.

³ 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 y se encuentra regulado por la Ley 16/87 de 30 de julio, de Ordenación de los Transportes Terrestres y el Real Decreto 1211/90, de 28 de septiembre, por el que se aprueba el Reglamento de la Ley de Ordenación de los Transportes Terrestres.

⁴ 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.

⁵

https://www.mitma.gob.es/recursos_mfom/comodin/recursos/memoria_registro_g_empresas_postales_2020.pdf.

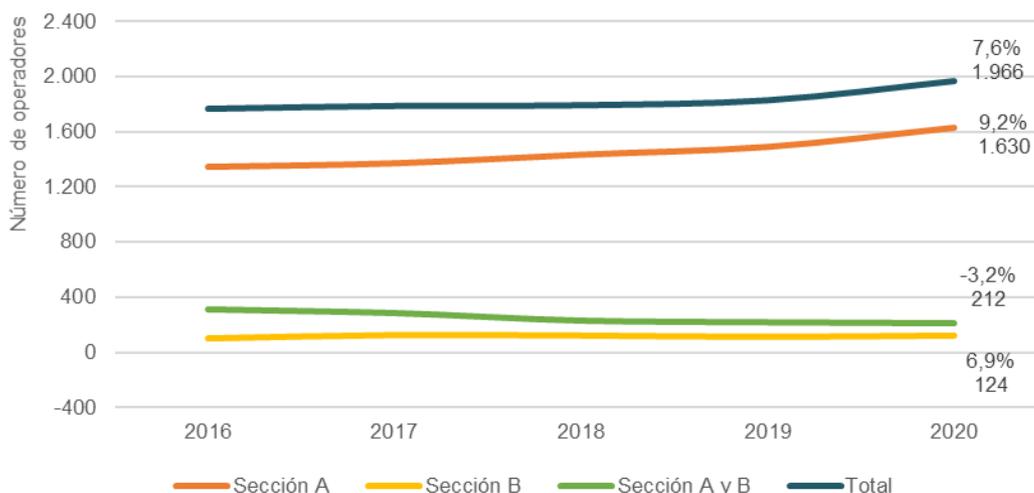
2.1. Número de operadores postales⁶

El año 2020 acabó con un total de 1.966 operadores inscritos en el Registro postal. Este dato supuso un incremento del 7,6% respecto a los 1.827 del año 2019. El aumento en el número de operadores inscritos ha sido lo habitual durante los últimos años, si bien en el año 2020 la subida ha sido más acentuada.

En cuanto a las secciones del Registro postal, hubo incrementos respecto a 2019 tanto en la sección A (un 9,2% hasta los 1.630 inscritos) como en la sección B (un 6,9% hasta los 124 inscritos), hecho destacable pues rompe con la reducción de inscripciones de los dos años anteriores en esta segunda sección. Los operadores inscritos en ambas secciones disminuyeron un -3,2% hasta quedar en 212.

La distribución de operadores entre secciones se mantiene estable en los últimos años: en 2020 la sección A representó el 82,9% del total frente al 6,3% de la sección B y el 10,8% de los operadores inscritos en ambas secciones.

Gráfico 1. Evolución del número de operadores postales (2016-2020).



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

2.2. Distribución geográfica de los operadores postales

El mayor número de operadores postales inscritos en el Registro postal se encuentra en dos comunidades autónomas: Madrid (399) y Cataluña (396). La

⁶ Los datos están actualizados a 31 de diciembre de 2020, siendo esta fecha la que se toma como referencia a la hora de considerar cuántos operadores se atribuyen al año 2020.

suma de ambas comunidades representó en el año 2020 el 40,4% del total de inscripciones.

Respecto a 2019 las comunidades autónomas donde más aumentó el número de inscripciones fueron Navarra con un 45,5%, Melilla con un 33,3% y Madrid con un 22,0%⁷. En el lado contrario, donde más disminuyeron fue en Canarias con un -10,3%, Aragón con un -7,7% y Castilla León con un -5,9%.

Gráfico 2. Distribución geográfica de los operadores postales (2020).



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

2.3. Distribución de los operadores postales por red

La mayor parte de los operadores postales que prestan sus servicios en el mercado español lo hacen estructurados en forma de red de franquicias, colaboradores, corresponsales o vinculaciones similares. Así, el 63,6% de las

⁷ El aumento de inscripciones en Madrid ha supuesto que por primera vez en los últimos años esta comunidad autónoma pase a ser la que tiene un mayor número de inscripciones. Cataluña, que ocupaba ese primer puesto, ha pasado a ser en 2020 la segunda comunidad por número de inscripciones.

empresas inscritas en el Registro postal manifestaron pertenecer a una de estas redes⁸.

La red con mayor número de empresas inscritas volvió a ser un año más MRW con un total de 344, seguida de GLS con 213 y de Nacex con 200. Estas tres empresas vienen siendo las que mayor número de franquicias inscriben, siendo la novedad en 2020 que GLS pasó a ser la segunda red por número de franquicias relegando a Nacex al tercer lugar.

Tabla 1. Distribución de empresas inscritas por red (2020).

| Red | Num Operadores 2020 | 2020(%) |
|-----------------------|---------------------|---------|
| MRW | 344 | 27,5% |
| GLS | 213 | 17,0% |
| NACEX | 200 | 16,0% |
| MAIL BOXES ETC | 191 | 15,3% |
| TIPSA | 85 | 6,8% |
| DHL | 46 | 3,7% |
| ENVIALIA | 41 | 3,3% |
| Varias marcas | 38 | 3,0% |
| SEUR | 22 | 1,8% |
| CTT EXPRESS | 20 | 1,6% |
| RD POST | 18 | 1,4% |
| CORREOS | 12 | 1,0% |
| AMAZON | 10 | 0,8% |
| Otras franquicias | 10 | 0,8% |
| Total con red | 1.250 | 63,6% |
| Total sin red | 716 | 36,4% |
| Total Registro | 1.966 | 100,0% |

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

2.4. Forma jurídica de los operadores postales

La forma jurídica por la que optan la mayor parte de los operadores postales en España es la sociedad limitada, 1.366 operadores en total, equivalente al 69,5% del total de operadores. La siguiente opción fue la de autónomo con un total de 311 operadores (15,8%). El resto de las formas jurídicas fueron la sociedad limitada unipersonal (5,8%), sociedad anónima (4,5%) y otras formas (4,4%).

⁸ La organización en forma de red es lo habitual en la Sección A y la excepción en la Sección B y en las inscripciones en ambas secciones.

Tabla 2. Principales indicadores del Registro postal (2020).

| Indicador | | 2020 | Δ 2019/2020 |
|------------------------------------|----------------------|-------|-------------|
| Número operadores | Sección A | 1.630 | +9,2 % |
| | Sección B | 124 | +6,9 % |
| | Sección A y B | 212 | -3,2 % |
| | Total | 1.966 | +7,6 % |
| Distribución geográfica | Cataluña | 20,1% | -0,7 p.p. |
| | Madrid | 20,3% | +2,4 p.p. |
| | Resto de comunidades | 59,6% | -1,7 p.p. |
| Red sección A (Franquicias) | MRW | 27,5% | -2,2 p.p. |
| | GLS | 17,0% | +1,2 p.p. |
| | Resto franquicias | 55,4% | +1,0 p.p. |
| Forma jurídica | S.L. | 69,5% | -0,3 p.p. |
| | Autónomos | 15,8% | +1,2 p.p. |
| | Resto formas | 14,7% | -0,9 p.p. |

*p.p.: Puntos porcentuales

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

3. EL MERCADO POSTAL EN EUROPA

El análisis del mercado postal europeo se elabora a partir de los últimos datos (2019) publicados por la Comisión Europea en su página web dedicada a los “Postal services”⁹.

Antes de pasar a la presentación de los diferentes indicadores de este apartado, hay que destacar que el Reino Unido ya no aparece en ninguno de ellos¹⁰. La no inclusión del Reino Unido en el conjunto de datos que conforman los indicadores tiene, entre otras, dos importantes consecuencias. Primera, la referencia ahora a la media europea se hace sobre 27 países. Segunda, los totales europeos han disminuido notablemente puesto que el Reino Unido era uno de los cinco países más poblados de la UE y, por lo tanto, con mayor número de empleados, oficinas, buzones, etc. en el mercado postal.

A continuación, se presentan los indicadores más relevantes del mercado postal en Europa.

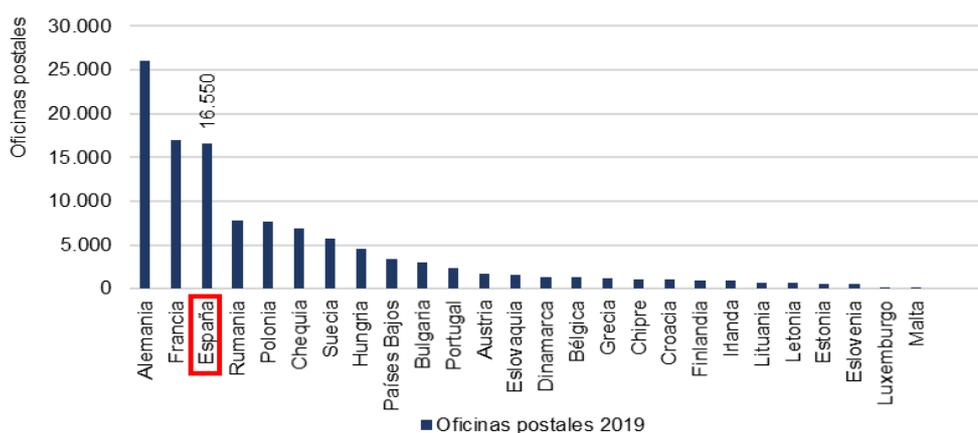
⁹ https://ec.europa.eu/growth/sectors/postal-services/statistics_en. Datos a 16 de abril de 2021 (última fecha de actualización de la página en el momento de redactar este informe).

¹⁰ Aunque los datos recogidos en este apartado se refieren a 2019, año en el que este país todavía pertenecía a la Unión Europea, los datos de ese año se recogieron por la Comisión Europea durante 2020, año en el que Reino Unido tenía la consideración de tercer país y, por lo tanto, no facilitó a la Comisión Europea la información correspondiente al año anterior. https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/notice_to_stakeholders_brexit_online_sales_0.pdf.

3.1. Oficinas postales¹¹

Los dos tipos de puntos de atención¹² más importantes con los que el usuario accede a la red postal son las oficinas postales y los buzones. El número total de oficinas de los operadores designados para la prestación del SPU dentro de la UE-27 fue en 2019 de 114.859, lo que supuso un incremento del 1,7% respecto al año 2018¹³. Los países con mayor número de oficinas fueron Alemania (26.041), Francia (17.033) y España (16.550). De los 27 países de la UE es reseñable que 17 disminuyeron el número de oficinas respecto a 2018. Los países donde se produjeron los mayores descensos fueron Lituania, con una reducción del -8,2%, e Irlanda, con una reducción del -6,8%. En el lado contrario, los que más incrementos tuvieron fueron Rumania, con un aumento del 37,0%, y Dinamarca, con un aumento del 30,3%. España estuvo dentro del grupo de países que las redujeron, un -3,6% en este caso.

Gráfico 3. Número de oficinas postales de los operadores designados para la prestación del SPU en la UE-27 (2019)¹⁴.



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

¹¹ 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.

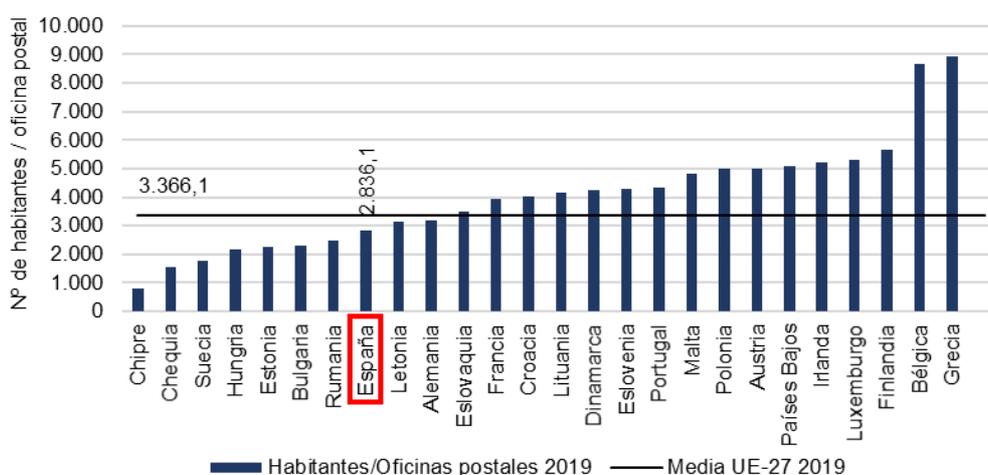
¹² Según el glosario de estadísticas postales de la Comisión Europea, se entiende por puntos de atención las instalaciones físicas, incluidos los buzones a disposición del público tanto en la vía pública como en los locales de los proveedores de servicios postales, donde los clientes pueden depositar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

¹³ Cuando en este indicador y en el resto de apartados se hagan comparaciones interanuales se excluirá al Reino Unido tanto en el año 2019 (del que no se disponen datos) como en el año 2018 (del que sí se disponen datos), para no distorsionar la comparativa.

¹⁴ Para el cálculo de este indicador no se han incluido los datos de Italia porque el país los considera confidenciales y no figuran en la información difundida por la Comisión Europea.

Al relativizar el número de oficinas por el número de habitantes de cada país, la media de la UE-27 en 2019 fue de 3.366,1 habitantes por oficina postal (-1,4% respecto a 2018). Los países con menor ratio fueron Chipre con 801,4 y Chequia con 1.545,7, mientras en el lado opuesto figuran Grecia con 8.929,7 y Bélgica con 8.678,4. La ratio en España fue de 2.836,1 habitantes por oficina postal.

Gráfico 4. Número de habitantes por oficina postal de los operadores designados para la prestación del SPU en la UE-27 (2019)¹⁵.



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

3.2. Buzones

El punto de atención a disposición de los usuarios que tiene mayor presencia en Europa son los buzones. En 2019 llegaron a ser 428.437 buzones los mantenidos por los operadores designados para la prestación del SPU (un 0,5% menos que el año 2018).

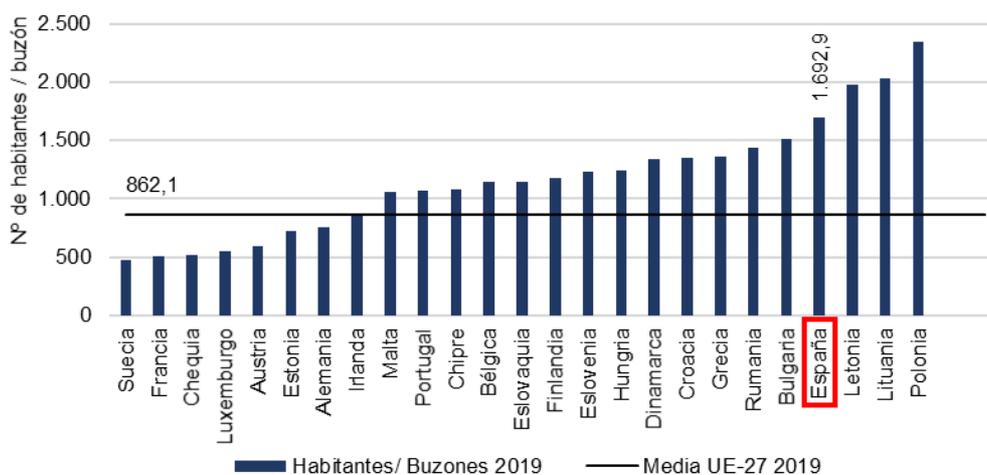
El mayor número de buzones lo tuvo Francia con 133.065 y después Alemania con 109.769. España fue la tercera en número de buzones con 27.726 (un 0,5% más que en 2018).

Los países que más aumentaron el número de buzones respecto a 2018 fueron Finlandia, un 4,4%, y Rumania, un 2,8%. Los que más los disminuyeron fueron Bélgica, un -19,5% y Dinamarca, un -13,2%.

¹⁵ Para el cálculo de este indicador no se han incluido los datos de Italia porque el país los considera confidenciales y no figuran en la información difundida por la Comisión Europea.

En la UE-27 en 2019 había de media 862,1 habitantes por buzón (un 0,8% más que el año anterior). España alcanzó en el mismo año los 1.692,9 (un 0,1% más que en 2018). Destaca el aumento de esta ratio en el caso de Bélgica (un 19,9%) y de Dinamarca (un 13,6%). En el lado contrario, las mayores disminuciones estuvieron en Finlandia (un -4,3% menos) y Rumania (un -3,4% menos).

Gráfico 5. Número de habitantes por buzón de los operadores designados para la prestación del SPU en la UE-27 (2019)¹⁶.



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

3.3. Empleo

Los operadores designados para la prestación del SPU en la UE emplearon a 563.168 personas en total en 2019¹⁷. Esta cifra supuso una disminución del 3,3% respecto al año 2018. En el caso español, la cifra de empleados del operador designado, Correos, alcanzó los 55.646 con una reducción en línea con la UE-27, un -3,2%. España es el tercer país de la UE-27 por número de empleados del operador designado¹⁸.

Por países, las mayores reducciones de empleados se produjeron en Bulgaria, con un -23,6% respecto al año anterior, y Rumania con un -13,0%. Los países con mayor aumento fueron Eslovenia con un 5,7% más, y Luxemburgo con un

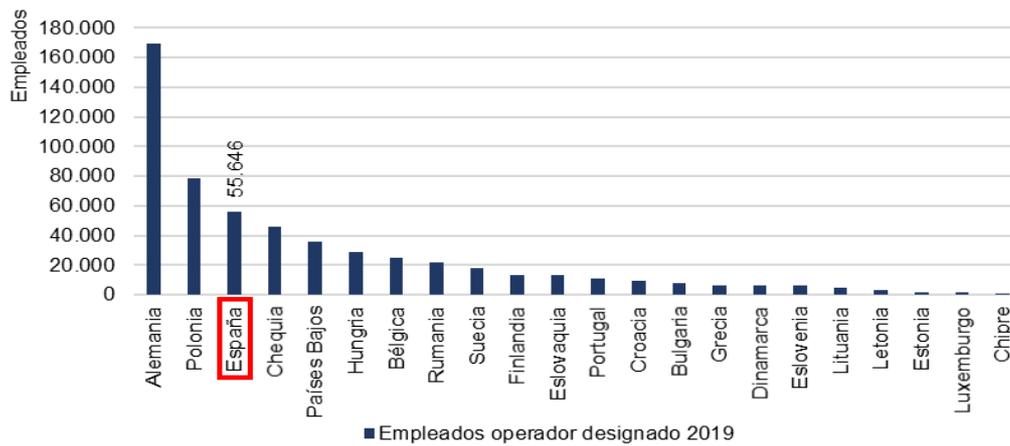
¹⁶ En este gráfico no se incluye información de Italia ni de Países Bajos porque ambos países la consideran confidencial y no figura en la información difundida por la Comisión Europea.

¹⁷ En total, no los dedicados a la prestación del SPU estrictamente.

¹⁸ Por encima de España, con mayor número de empleados estuvieron Alemania con 169.105 y Polonia con 78.484. España ha pasado a ser el tercer país tras la salida del Reino Unido, que el año pasado era el segundo.

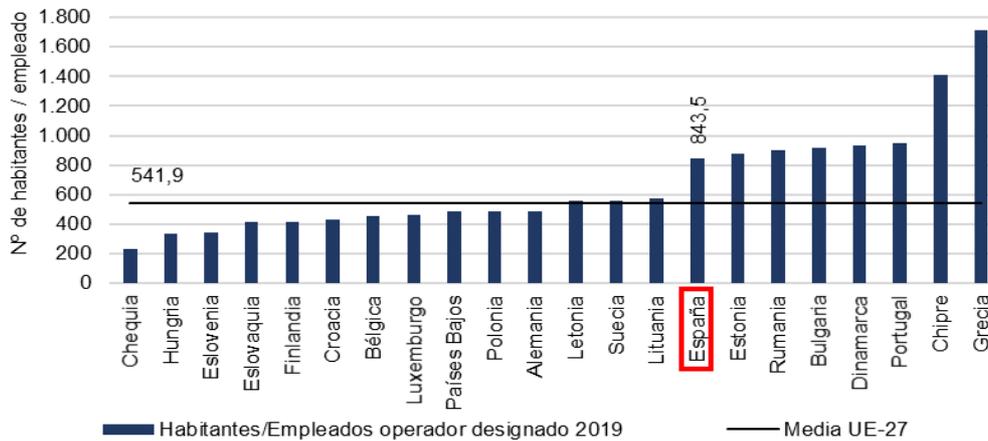
1,3% más. Reseñar que, de los 27 países de la UE, 17 redujeron el número de empleados respecto al año 2018.

Gráfico 6. Número de empleados de los operadores designados para la prestación del SPU en la UE-27 (2019)¹⁹.



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

Gráfico 7. Número de habitantes por empleado de los operadores designados para la prestación del SPU en la UE-27 (2019)²⁰.



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

¹⁹ Para el cálculo de este indicador se han excluido los datos de Austria, Malta, Italia, Francia e Irlanda porque esos países los declaran confidenciales y no figuran en la información difundida por la Comisión Europea.

²⁰ Para el cálculo de este indicador se han excluido los datos de Austria, Malta, Italia, Francia e Irlanda porque esos países los declaran confidenciales y no figuran en la información difundida por la Comisión Europea.

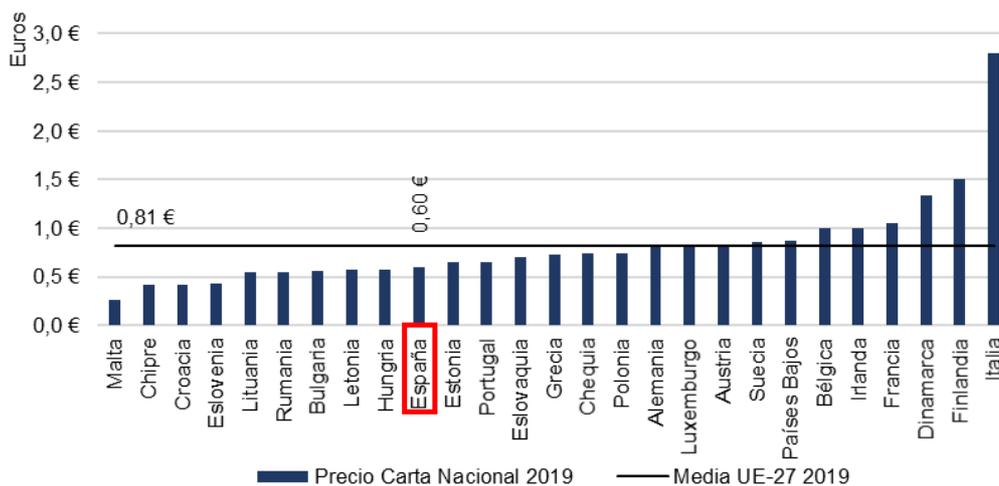
Cuando se pone en relación el número total de empleados de los operadores designados para la prestación del SPU con el número de habitantes de cada país, España pasa a colocarse en decimoquinta posición, con 843,5 habitantes por empleado. La media UE-27 fue de 541,9 habitantes por empleado en 2019.

3.4. Precio de las cartas

El siguiente punto de análisis son los precios del principal producto del mercado postal, las cartas. Para ello se toma como referencia el tramo de peso más habitual, el de menos de 20 gramos, y se hace tanto a nivel nacional como intra europeo.

La media UE-27 del precio de la carta ordinaria nacional de menos de 20 gramos de los operadores designados para la prestación del SPU fue en 2019 de 0,81 euros (un 6,5% más que en 2018). En España ese precio fue de 0,60 euros (un 9,1% más que el año anterior). El precio más alto lo tuvo Italia con 2,80 euros, seguido de Finlandia con 1,50 euros. El precio más bajo lo tuvo Malta con 0,26 euros, seguido de Chipre con 0,41 euros. Por diferencias interanuales destacan los aumentos del 26,6% en Bélgica y del 22,2% en Lituania. En el sentido contrario la mayor disminución se hizo en Países Bajos con un -3,4% y después en Rumania con un -1,8%.

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-27 (2019).



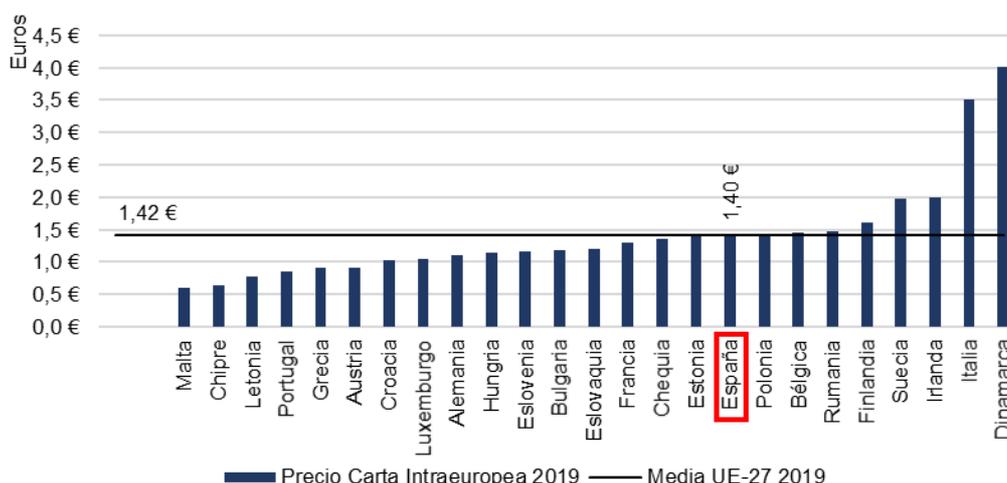
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos estadísticos postales de la Comisión Europea

La media de precios de la carta ordinaria intra europea (entre dos países de la UE) de menos de 20 gramos de los operadores designados para la prestación del SPU en la UE-27 fue en el año 2019 de 1,42 euros (un 9,1% más que en

2018). En España ese precio se situó en 1,40 euros (igual que en 2018). Los países con menores precios fueron Malta con 0,59 euros y Chipre con 0,64 euros. Los que mayor precio tuvieron fueron Dinamarca con 4,02 euros e Italia con 3,50 euros.

Respecto al año anterior, las mayores subidas de precio fueron en Irlanda con un 42,9% de aumento y en Alemania con un 22,2%. Las mayores disminuciones se produjeron en Suecia con una disminución del -3,4% y en Hungría con una reducción del -2,5%. De los 27 países de la UE, cuatro disminuyeron precios respecto a 2018 mientras que siete los mantuvieron.

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-27 (2019)²¹.



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

3.5. Envíos de correspondencia

Los envíos de correspondencia nacional de la UE-27 en el año 2019 fueron 38.814,2 millones (un -5,4% respecto a 2018). Los países con mayor número de envíos de este tipo fueron Alemania con 14.118,5 millones y Francia con 9.376,0 millones. Les sigue España con 2.993,1 millones.

En el caso de los envíos de importación, durante el año 2019 en la UE-27 llegaron a los 1.717,0 millones (un -5,0% respecto al año anterior). Los países

²¹ Para la elaboración de este gráfico no se ha incluido la información de Lituania y Países Bajos porque no consta en la información difundida por la Comisión Europea (datos no disponibles).

con mayor número de envíos fueron Alemania con 618,3 millones y Francia con 227,0 millones. España fue el quinto país por número de envíos, 94,4 millones.

Gráfico 10. Número de envíos de correspondencia nacional y de importación de todos los operadores en la UE-27 (2019)²².

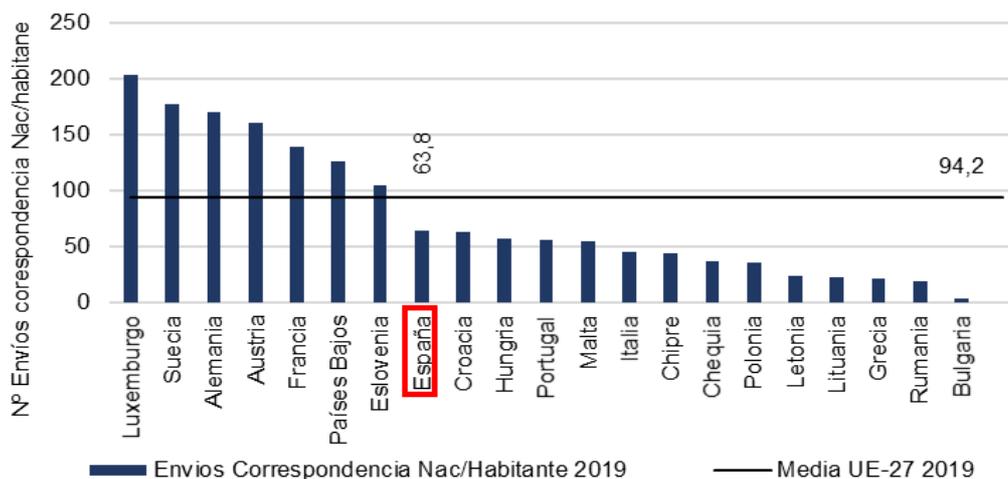


Fuente: Elaboración propia a partir de los datos estadísticos postales de la Comisión Europea.

La media de envíos de correspondencia nacional por habitante en la UE-27 fue de 94,2 en 2019 (un -5,5%). En España fue de 63,8.

²² Para la elaboración de este gráfico no se han incluido los datos de correspondencia nacional de los países de Bélgica, Dinamarca, Estonia, Eslovaquia, Finlandia e Irlanda porque no constan en la información difundida por la Comisión Europea (datos no disponibles). Tampoco se han incluido los datos de importación de Bélgica, Dinamarca, Eslovenia, Estonia, Finlandia y Hungría por el mismo motivo.

Gráfico 11. Número de envíos de correspondencia nacional de todos los operadores por habitante en la UE-27 (2019)²³.



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

En resumen, todas las ratios analizadas en este apartado aumentan en el caso de España excepto el número total de empleados, que disminuye, y el precio de la carta ordinaria intraeuropea de menos de 20 gramos, que se mantiene.

Tabla 3. Principales indicadores del mercado postal en Europa (2019).

| Indicador | | 2019 | Δ 2018/2019 |
|--------------------------|-----------------------------|---------|-------------|
| Oficinas postales | Habitantes/oficinas España | 2.836,1 | +4,3 % |
| | Habitantes/oficinas UE-27 | 3.366,1 | -1,4 % |
| Empleo | Habitantes/empleados España | 843,5 | +3,9 % |
| | Habitantes/empleados UE-27 | 541,9 | +3,6 % |
| Precios | Carta nacional España | 0,60 € | +9,1 % |
| | Carta nacional UE-27 | 0,81 € | +6,5 % |
| | Carta intra europea España | 1,40 € | +0,0 % |
| | Carta intra europea UE-27 | 1,42 € | +9,1 % |
| Correspondencia | Envíos/Habitantes España | 63,8 | +11,1 % |
| | Envíos/Habitantes UE-27 | 94,2 | -5,5 % |

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

²³ Para la elaboración de este gráfico no se han incluido los datos de correspondencia nacional de los países de Bélgica, Dinamarca, Estonia, Eslovaquia, Finlandia e Irlanda porque no constan en la información difundida por la Comisión Europea (datos no disponibles).

4. EL MERCADO POSTAL EN LA ACTIVIDAD ECONÓMICA NACIONAL

En el presente apartado se incluyen indicadores que comparan la evolución del mercado postal con el sector servicios en general²⁴. Los indicadores se han elaborado con información de la página web del INE. La información toma como referencia en la selección el código CNAE “53 – Actividades postales y de correos”²⁵.

4.1. Indicadores de cifra de negocios y ocupación del mercado postal en la actividad económica nacional²⁶

Estos dos índices son calculados por el INE en base 2015 y por meses. Para representar el dato del año se ha tomado como referencia el mes de diciembre de cada uno de ellos. El índice de cifra de negocios²⁷ del año 2020 presentó un comportamiento diferente en las actividades postales y de correos al índice general del sector servicios. Así, mientras que éste tuvo una variación anual de un -10,6% respecto a 2019, las actividades postales y de correos presentaron una variación anual positiva de un 5,7%. En los últimos cinco años habían variado en idéntico sentido pero en 2020, con la contracción de la actividad económica, que explica el cambio en el comportamiento del índice general, las actividades postales y de correos siguen aumentando en línea con lo experimentado en los últimos ejercicios.

²⁴ Se compara con el sector servicios por ser el sector en el que el INE considera los servicios postales.

²⁵ 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).

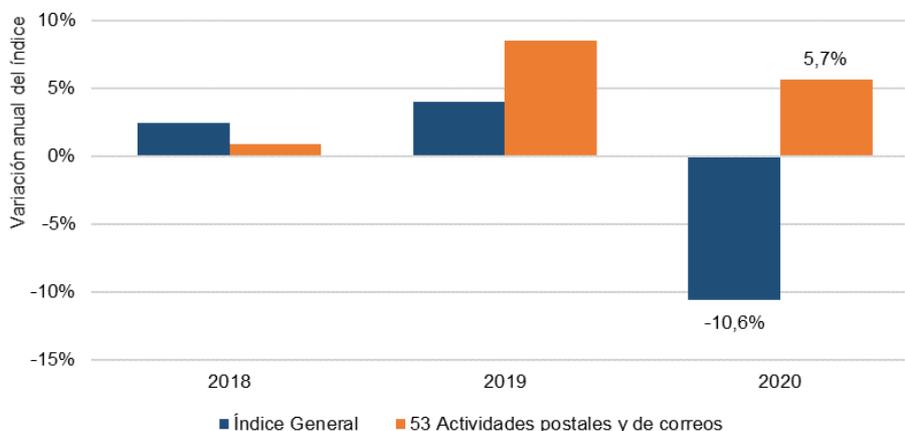
²⁶ Fecha de última descarga: 15 de octubre de 2021.

²⁷ 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>).

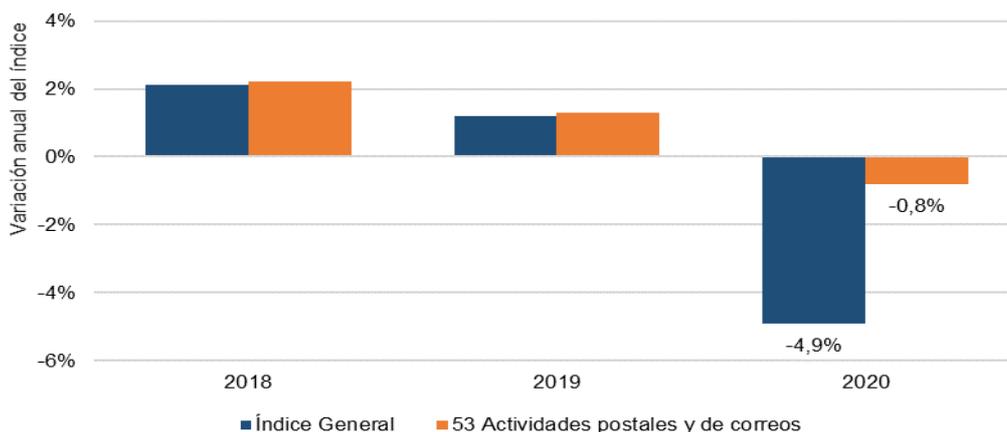
Gráfico 12. Evolución de los índices de cifra de negocios del sector servicios y las actividades postales y de correos (2018-2020).



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

También ha variado el comportamiento del índice de ocupación²⁸ durante 2020. Tanto el índice general como el del sector postal ilustran una caída en el nivel de la ocupación, pero ésta es más acusada en el caso de la actividad general. Ello podría explicarse por la contracción económica experimentada el pasado año, con impacto diferencial en el sector objeto de este informe.

Gráfico 13. Evolución de los índices de ocupación del sector servicios y las actividades postales y de correos (2018-2020).



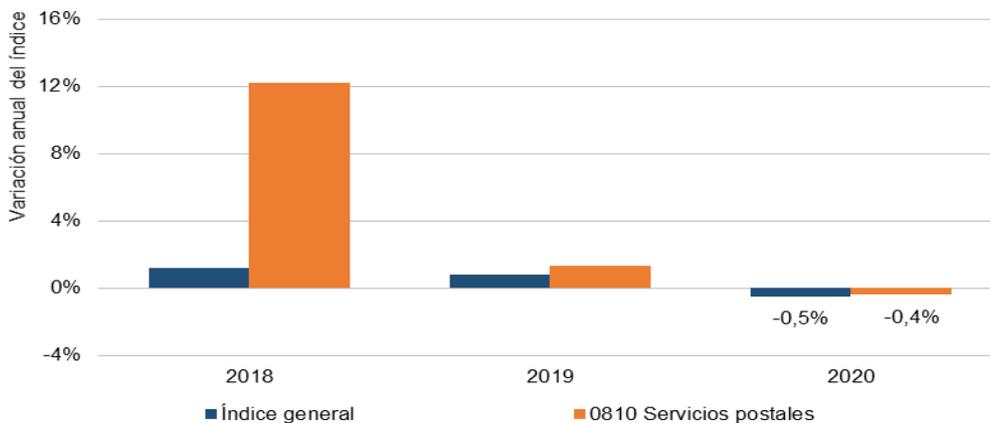
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del INE.

²⁸ 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>)

4.2. Precios al consumo

Los precios al consumo no son una excepción en cuanto al cambio de comportamiento de los índices. En 2020 se asiste a una relativa estabilidad en los niveles de precios, con sesgo contractivo, frente a las variaciones positivas registradas en ejercicios anteriores.

Gráfico 14. Evolución del IPC general nacional y de los servicios postales (2018-2020).



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

En resumen, se puede decir que todos los índices analizados en este apartado presentaron en 2020 variaciones anuales negativas excepto el índice de cifra de negocios de las actividades postales y de correos.

Tabla 4. Principales indicadores de la actividad económica nacional (2020)

| Indicador | | 2020 | Δ 2019/2020 |
|-----------------------------|--------------------------------------|--------|-------------|
| Índice de cifra de negocios | Índice General | -10,6% | -14,6 p.p. |
| | 53 Actividades postales y de correos | 5,7% | -2,8 p.p. |
| Índice de ocupación | Índice General | -4,9% | -6,1 p.p. |
| | 53 Actividades postales y de correos | -0,8% | -2,1 p.p. |
| IPC | Índice general | -0,5% | -1,3 p.p. |
| | 0810 Servicios postales | -0,4% | -1,7 p.p. |

*p.p.: Puntos porcentuales

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

5. EL MERCADO POSTAL EN ESPAÑA

El año 2020 cerró con 1.966 operadores postales inscritos en el Registro postal. La información que se facilita en este apartado se elabora a partir de la

información recabada de una muestra representativa del conjunto de los operadores postales. El criterio primordial a la hora de seleccionar la muestra de operadores es que estos tuvieran en el año 2020 cincuenta o más trabajadores. Este criterio fue adoptado por la CNMC en línea con lo marcado por el Reglamento (UE) 2018/644 del Parlamento Europeo y del Consejo de 18 de abril de 2018 sobre los servicios de paquetería transfronterizos. La captación de información se cierra a 30 de junio de 2021, en consonancia igualmente con el contenido de este Reglamento.

Además, y para evitar la doble contabilidad de facturación y envíos, se han excluido de la muestra las empresas que cumplirían los criterios indicados pero cuya 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.

Este año, como novedad, se acompaña la descripción de la situación del mercado postal español con información sobre los efectos del COVID-19. Esta información se ha recabado mediante un cuestionario remitido para su cumplimentación por los operadores postales de la muestra. Se recogen sucintamente los resultados y comentarios vertidos para dar cuenta del impacto de la pandemia en opinión de los prestadores de servicios.

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 siguientes se dedican a cada uno de los dos segmentos por separado. Este año se añade un último apartado que completa con aspectos cualitativos la presentación del impacto del COVID-19 en la operativa de los operadores postales.

5.1. Principales indicadores del mercado postal

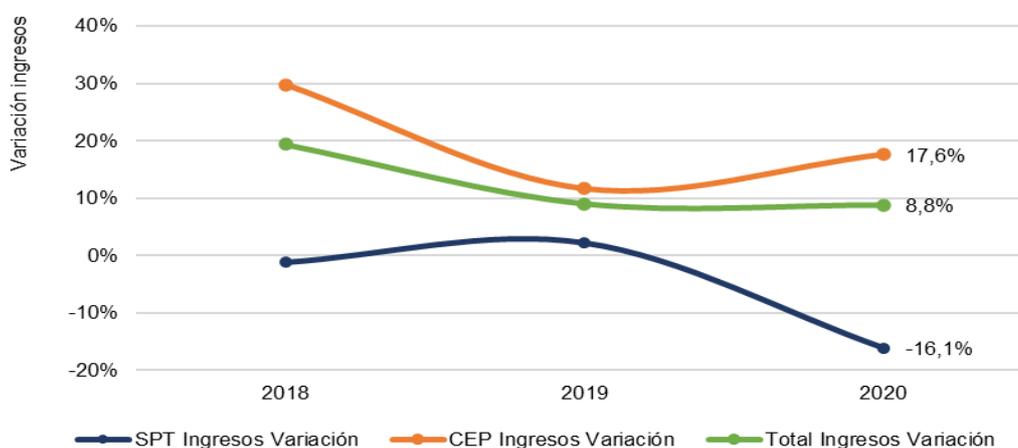
En el año 2020 el mercado postal español aumentó los ingresos en un 8,8% hasta llegar a 5.782,5 millones de euros. Ello se ha producido gracias al segmento CEP, que mejoró sus ingresos un 17,6% respecto a 2019. El segmento SPT empeoró sus ingresos en un -16,1%.

Desde el punto de vista de los envíos, en el año 2020 se asiste a una caída equivalente al 13,9% hasta alcanzar los 2.556,5 millones. El segmento SPT arrastra a la baja el volumen de actividad pues el número de envíos en este

ámbito retrocedió un 22,8%, lo que contrasta con el comportamiento del segmento CEP cuyo número de envíos aumentó un 26,6%.

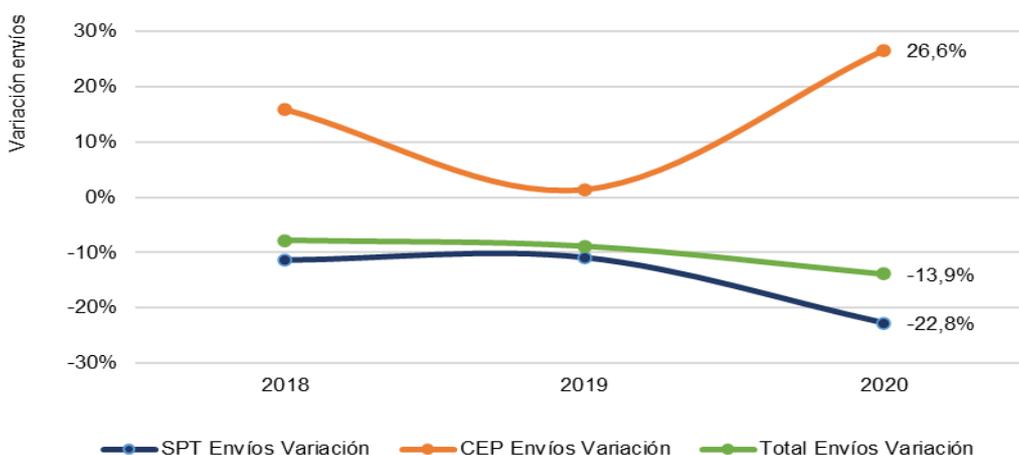
El diferente comportamiento global del mercado postal en ingresos y envíos se debe a que en los ingresos predomina el segmento CEP por su mayor ingreso unitario lo que hace que el 80% de los ingresos totales del mercado correspondan a este segmento, mientras que solo el 20% corresponden al segmento SPT. Sin embargo, en los envíos el segmento SPT es el de mayor importancia cuantitativa (73,3% frente al 26,7% del segmento CEP) y, por lo tanto, marca la tendencia del conjunto del mercado postal.

Gráfico 15. Variación de los ingresos en el mercado postal por tipo de envío y año (2018-2020).



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 (2018-2020).



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

Tabla 5. Principales indicadores del mercado postal (2020)

| Indicador | | 2020 | Δ 2019/2020 |
|----------------------------------|------------------|------------|-------------|
| Ingresos y envíos mercado | Ingresos | 5.782,5 M€ | +8,8 % |
| | Envíos | 2.556,5 M | -13,9 % |
| Ingresos y envíos SPT | Ingresos | 1.159,1 M€ | -16,1 % |
| | % sobre el total | 20,0% | -6,0 p.p. |
| | Envíos | 1.874,4 M | -22,8 % |
| | % sobre el total | 73,3% | -8,5 p.p. |
| Ingresos y envíos CEP | Ingresos | 4.623,5 M€ | +17,6 % |
| | % sobre el total | 80,0% | +6,0 p.p. |
| | Envíos | 682,1 M | +26,6 % |
| | % sobre el total | 26,7% | +8,5 p.p. |

*p.p.: Puntos porcentuales

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

5.2. Segmento SPT

5.2.1. Descripción de la oferta del segmento SPT

En el segmento SPT se ofertan los productos postales más tradicionales, fundamentalmente cartas y tarjetas postales. Las notas definitorias²⁹ de este tipo de productos son su pequeño tamaño, su peso reducido, la distribución por repartidores a pie, la entrega en casilleros domiciliarios y un solo intento de entrega.

Además de las cartas y las 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.

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. Se trata de los productos asimilables a la paquetería que son distribuidos mediante la red de distribución postal tradicional sin valores

²⁹ Se trata de notas definitorias de carácter general que no excluyen que haya envíos concretos donde no se cumple alguna de las características.

añadidos y sin indemnización por retraso en la entrega³⁰. Por características como los plazos de entrega poco exigentes, la ausencia de valores añadidos y la falta de indemnización podría incluirse dentro del segmento SPT. Por características como dimensiones mayores, productos sustitutivos y difícil entrega en casilleros domiciliarios son más propios del segmento CEP. En línea con la realidad del mercado y los criterios seguidos por los organismos internacionales³¹, se ubica este tipo de productos dentro del segmento CEP.

5.2.2. Principales operadores del segmento SPT

En el mercado postal tradicional español operan 9 empresas con al menos 50 empleados³². La información se ha segmentado en la mayor parte de los indicadores por tipología de operador: operador público³³ y resto de operadores SPT³⁴.

³⁰ Dentro de esta tipología se incluyen los denominados pequeños paquetes (small packets) pero también los envíos que, no siendo paquetes, contienen mercancías.

³¹ 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.*”

³² Respecto a la muestra del año anterior los principales cambios han sido la inclusión de los operadores postales Hispapost y Spring GDS debido a que el año anterior no llegaron a los 50 trabajadores y en 2020 sí.

³³ 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.

³⁴ Se ha optado por crear solo dos tipologías de operador porque el porcentaje de representación en el mercado de operadores distintos al público es tan bajo que su división en más tipologías no aporta valor.

Tabla 6. Principales operadores del segmento SPT (2020).

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

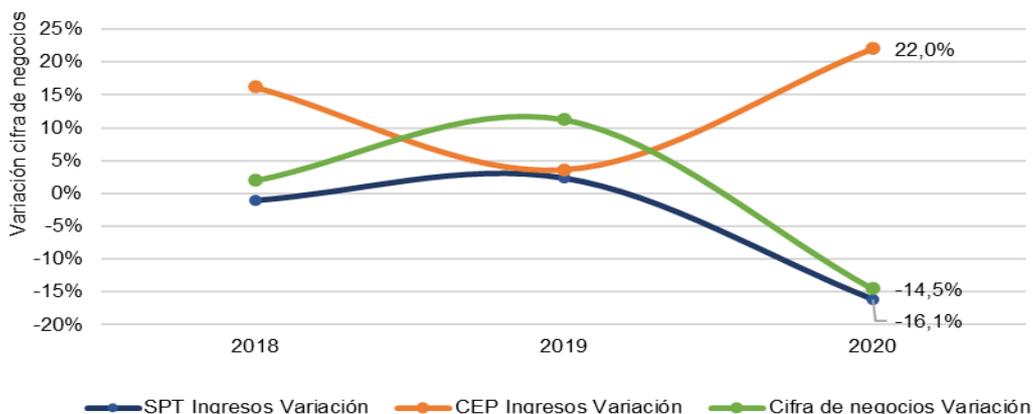
Fuente: Elaboración propia.

5.2.3. Indicadores del segmento SPT

5.2.3.1. Cifra de negocios de los operadores del segmento SPT

La cifra de negocios de las empresas de este segmento disminuyó un -14,5% respecto al año 2019, hasta los 1.780,5 millones de euros, rompiéndose la tendencia de crecimiento de la cifra de negocios registrada en los últimos cuatro años. En contraste con su actividad SPT, por la parte de servicios prestados en el ámbito CEP por estas empresas, los ingresos aumentaron un 22%.

Gráfico 17. Variación de la cifra de negocios de los operadores del segmento SPT por año y tipo de envío (2018-2020).

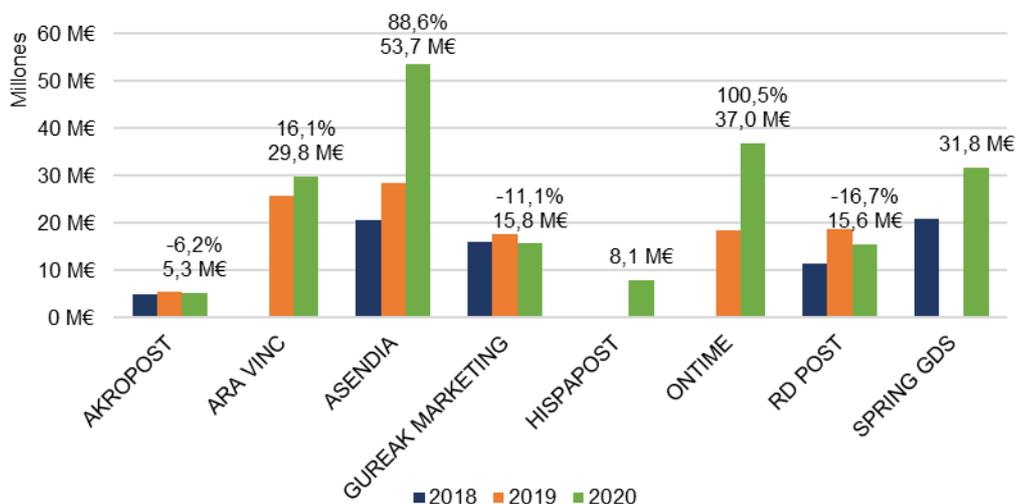


Fuente: Elaboración propia a partir de datos aportados por las empresas.

Continuó siendo el operador público el principal operador de este segmento, llegando su cifra de negocios en 2020 a los 1.583,4 millones de euros (un 88,9% de cuota), tras descender un -19,5% respecto al año 2019. Esta disminución de la cifra de negocios del operador público explica los descensos de los indicadores del segmento SPT en su conjunto, dado su importante peso dentro del mismo.

El resto de los operadores SPT alcanzaron los 197,1 millones de euros de cifra de negocio en 2020. Destacan los aumentos en el caso de Asendia y de Ontime.

Gráfico 18. Evolución de la cifra de negocios del Resto de operadores del segmento SPT por año (2018-2020).

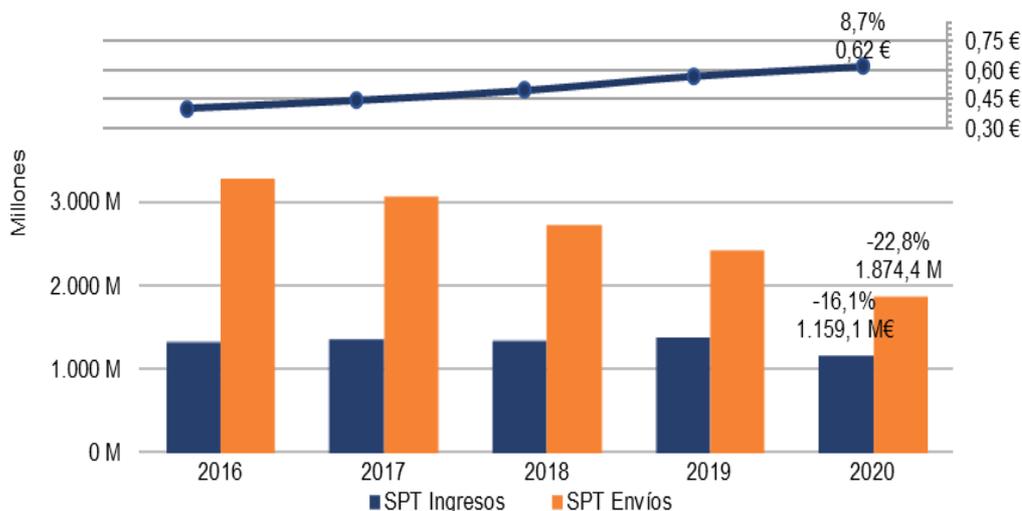


Fuente: Elaboración propia a partir de datos aportados por las empresas.

5.2.3.2. Ingresos y envíos del segmento SPT

Por lo que se refiere a la evolución de los ingresos propiamente SPT, el año 2020 rompe la tendencia a la estabilidad de esta magnitud en los últimos años. No sucede lo mismo respecto de la evolución de los envíos pues su tendencia al declive se acentúa. De esta forma, los ingresos llegaron a 1.159,1 millones de euros (-16,1%) y los envíos a los 1.874,4 millones (un -22,8%). El ingreso unitario aumentó un 8,7% para quedarse en 0,62 euros.

Gráfico 19. Evolución de los ingresos, envíos e ingreso unitario del segmento SPT por año (2016-2020).

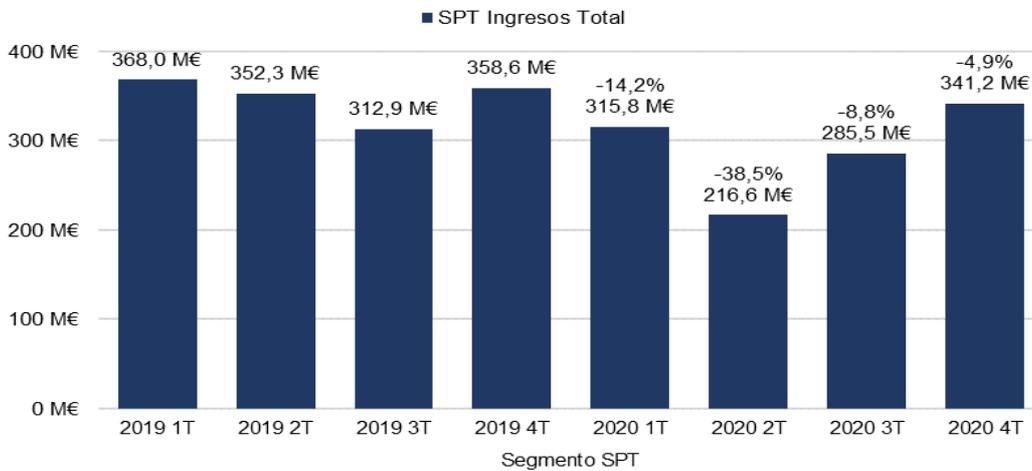


Fuente: Elaboración propia a partir de datos aportados por las empresas.

La evolución de los ingresos sin embargo no fue uniforme a lo largo del ejercicio. De acuerdo con la información facilitada por los operadores, a resultas del impacto del COVID, los ingresos del segmento SPT comenzaron a reducirse ya desde el primer trimestre (-14,2% en variación respecto del primer trimestre de 2019), sufriendo la principal caída en el segundo cuando el retroceso en términos interanuales casi alcanza el 40%. A partir de ese momento, los ingresos fueron recuperándose hasta alcanzar en el último trimestre casi la misma cifra que un año antes.

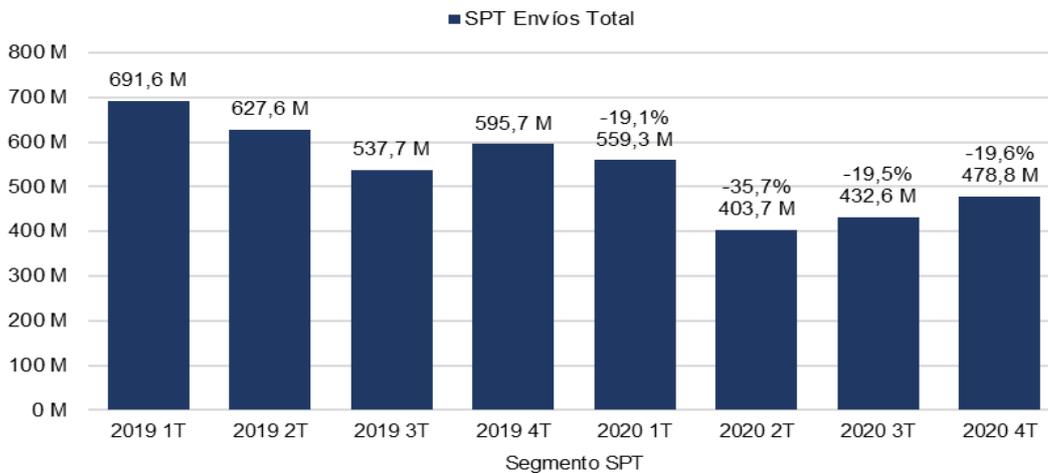
La evolución del número de envíos fue similar a la de los ingresos. Sin embargo, destaca que la caída en volúmenes resultó más intensa que la de los ingresos durante el segundo semestre del año: en el tercer trimestre se asiste a un descenso del -19,5% frente a la bajada de -8,8% en los ingresos; en el cuarto trimestre el descenso es del -19,6% en los envíos frente a la bajada del -4,9% de los ingresos.

Gráfico 20. Evolución de los ingresos del segmento SPT por trimestre (1T 2019-4T 2020).



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

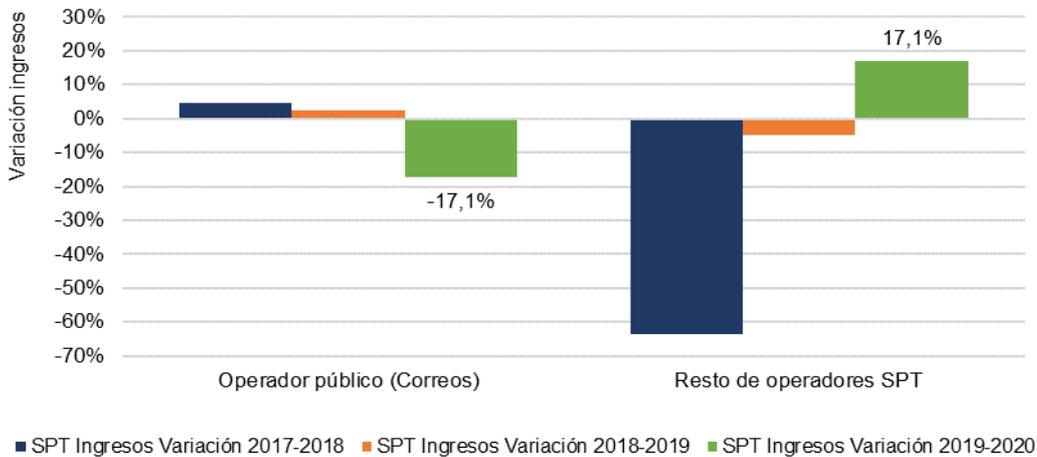
Gráfico 21. Evolución de los envíos del segmento SPT por trimestre (1T 2019-4T 2020).



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

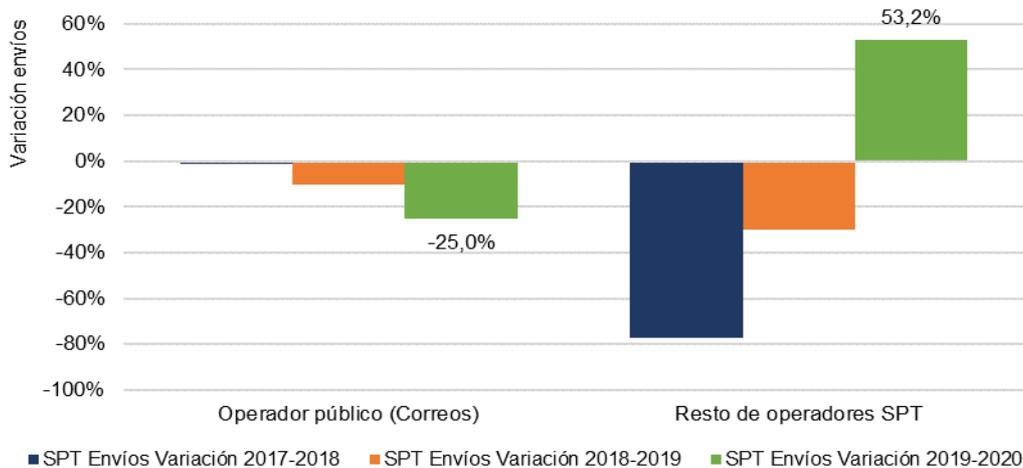
En los dos siguientes gráficos se analizan los fuertes descensos mencionados en ingresos y envíos en el segmento SPT, pero desglosados por tipología de operador. Mientras que el operador público tuvo una variación de sus ingresos del -17,1% en el año 2020, el resto de los operadores del segmento SPT aumentaron los suyos en un 17,1%. Idéntica disparidad se observa en relación con los envíos, aunque las variaciones resultan ser tanto más acentuadas.

Gráfico 22. Variación de los ingresos del segmento SPT por año y tipología de operador (2018-2020).



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

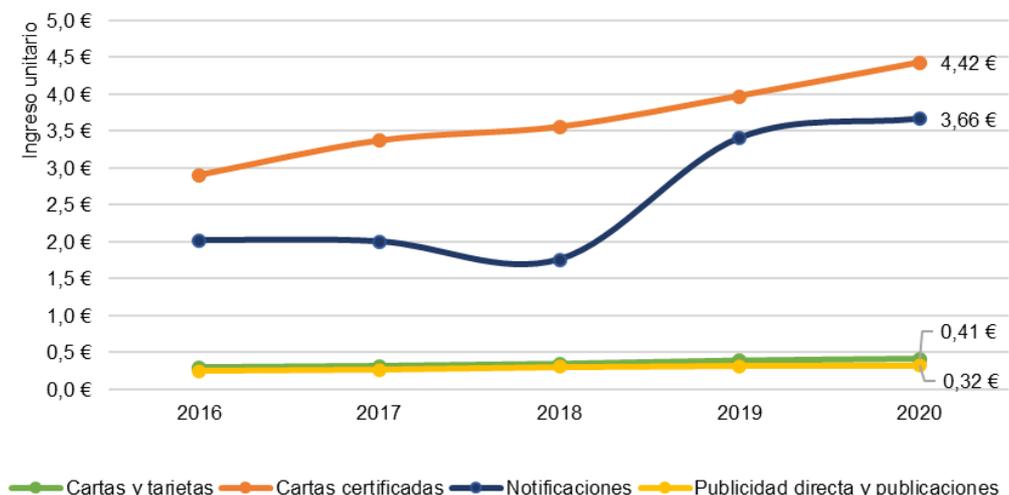
Gráfico 23. Variación de los envíos del segmento SPT por año y tipología de operador (2018-2020).



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

Más arriba se dijo que el ingreso unitario del segmento SPT alcanzó los 0,62 euros en el año 2020, lo que supuso un aumento del 8,7% interanual. El desglose del ingreso unitario por tipo de producto muestra incrementos en el ingreso unitario de todos ellos en 2020. Destaca por su magnitud el aumento del ingreso medio de las cartas certificadas, que se alzó hasta los 4,42 euros, lo que supuso una subida de un 11,4% en el año 2020. El menor incremento se dio en la publicidad directa y otras publicaciones con una subida del 4% hasta quedar en 0,32 euros.

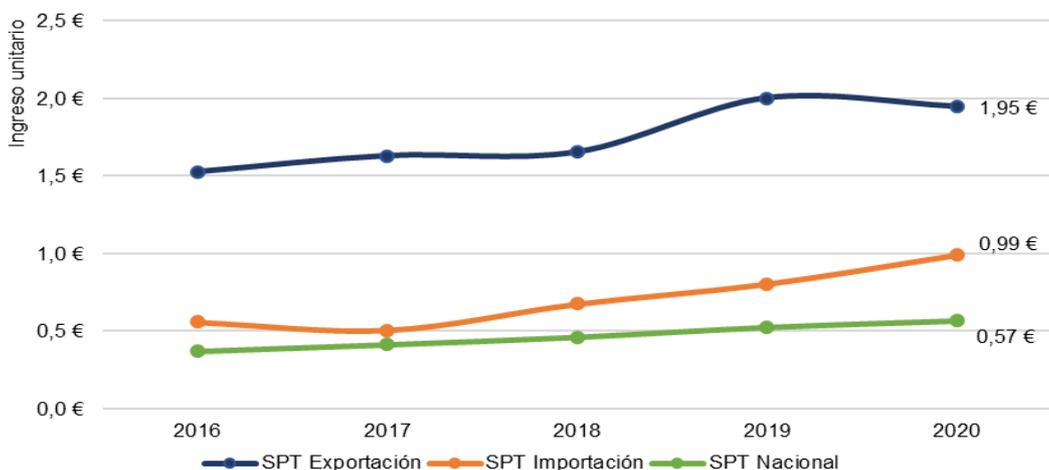
Gráfico 24. Evolución del ingreso unitario del segmento SPT por año y tipo de producto (2016-2020).



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

Por naturaleza del flujo, en 2020 se asiste a un incremento del ingreso unitario en los flujos de ámbito nacional (un 8,0% más) y de importación (un 23,3% más), mientras que en el flujo de exportación se produjo un descenso del -2,7%.

Gráfico 25. Evolución del ingreso unitario del segmento SPT por año y flujo (2016-2020).



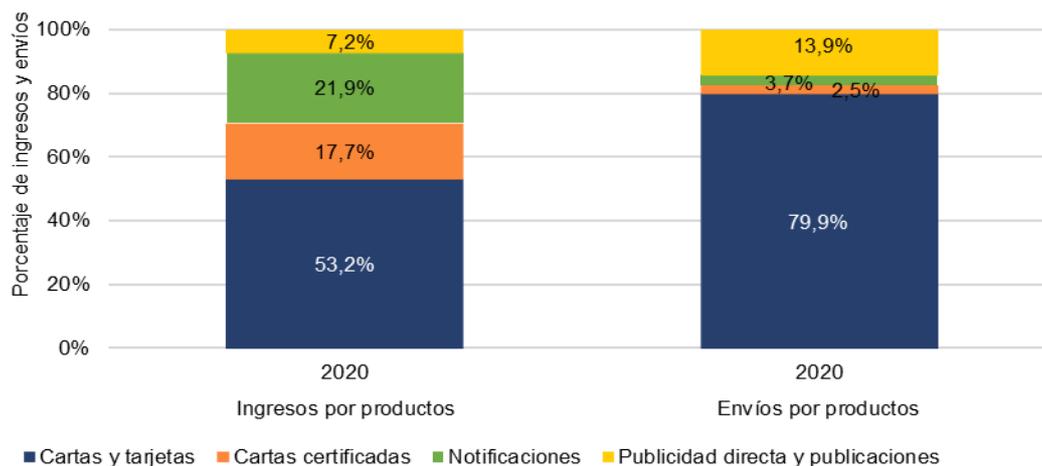
Fuente: Elaboración propia a partir de datos aportados por las empresas.

5.2.3.3. Distribución de ingresos y envíos del segmento SPT por producto y flujo.

El producto más habitual en el segmento SPT son las cartas y tarjetas ordinarias. En el año 2020 representaron el 79,9% del total de los envíos de este segmento.

Sin embargo, en el caso de los ingresos su peso, aunque mayoritario, no es tan importante y baja hasta el 53,2% del total. Esto es debido al mayor valor añadido de las cartas certificadas y notificaciones que son menos importantes en número, pero tienen un ingreso unitario mayor.

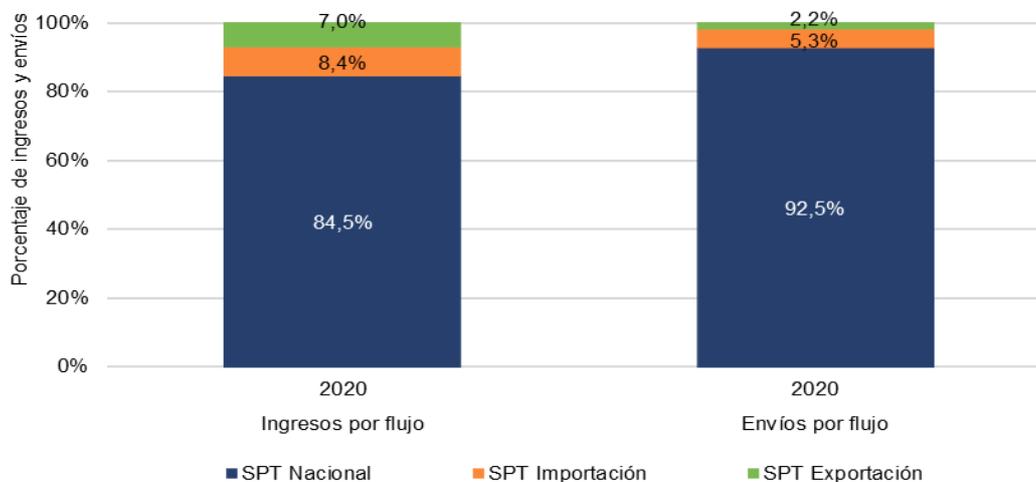
Gráfico 26. Distribución de los ingresos y envíos del segmento SPT por año y tipo de producto (2020).



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

Por otro lado, el segmento SPT continuó siendo un mercado marcadamente doméstico. Así, el flujo nacional representó en 2020 el 84,5% de los ingresos y el 92,5% de los envíos. Esta distribución se ha mantenido sin apenas cambios en los últimos años.

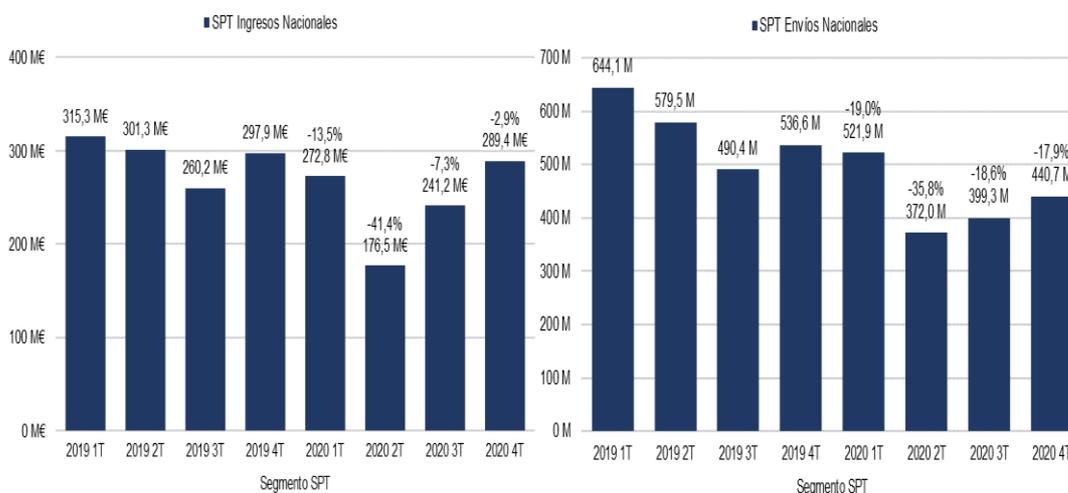
Gráfico 27. Distribución de los ingresos y envíos del segmento SPT por año y flujo (2020).



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

En consonancia, el impacto del COVID en la evolución de los flujos nacionales no varió sustancialmente respecto de lo observado para el conjunto del mercado. Se observa que ingresos y envíos experimentaron caídas ya notorias en el primer trimestre, seguidas de un fuerte descenso y una progresiva recuperación en los últimos meses del año.

Gráfico 28. Evolución de los ingresos y envíos nacionales del segmento SPT por trimestre (1T 2019-4T 2020).

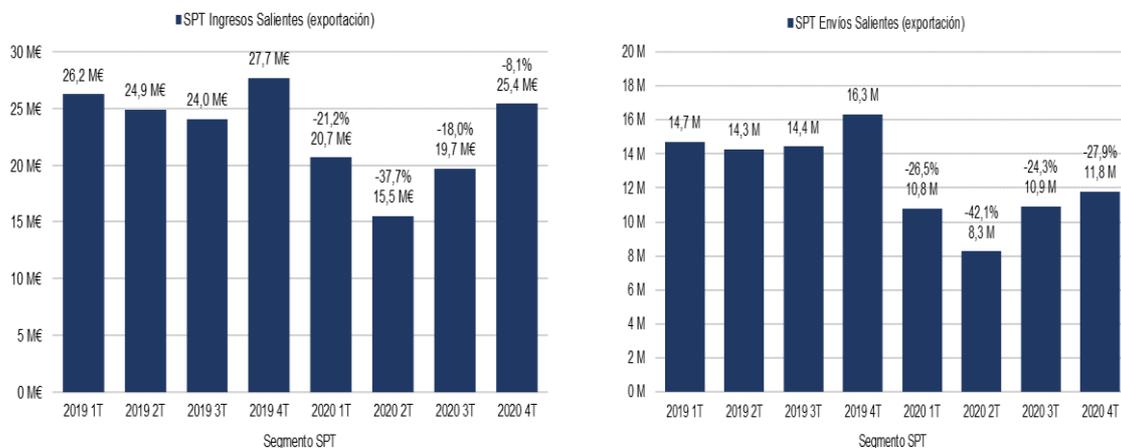


Fuente: Elaboración propia a partir de los datos aportados por las empresas.

Los flujos internacionales se vieron afectados por las restricciones en frontera impuestas por las autoridades nacionales, según expresaron los operadores postales. En sus respuestas, el 55,6% de los operadores postales del segmento SPT manifestó haber tenido dificultades en los flujos entrantes o salientes durante el desarrollo del COVID-19. Las dificultades y restricciones estuvieron centradas en la suspensión de vuelos durante el COVID-19, y el país que más afectó fue China.

A pesar de que el 55,6% de los operadores postales declara haber dejado de admitir o entregar envíos en algún país extranjero en 2020, el comportamiento de los flujos salientes fue similar a la de los nacionales.

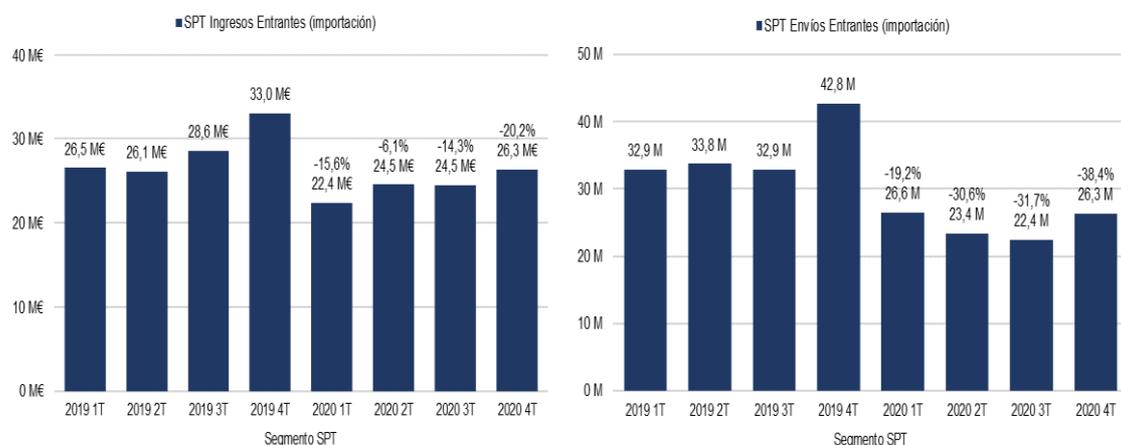
Gráfico 29. Evolución de los ingresos y envíos de exportación del segmento SPT por trimestre (1T 2019-4T 2020).



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

Los flujos de importación, por el contrario, sí tuvieron un comportamiento diferenciado. Por lo que se refiere a los ingresos por ellos generados, las caídas más importantes no se dieron en el segundo trimestre de 2020, sino que se produjeron en el cuarto trimestre de ese año, llegando a caer un 20,2% interanual. También es de reseñar como su recuperación comenzó ya desde el segundo trimestre y no a partir del tercero como en el caso de los flujos salientes. En lo relativo a los envíos, igualmente el retroceso más importante se produce en el cuarto trimestre de 2020 (-38,4%) aunque, a diferencia de los ingresos, las caídas del segundo y tercer trimestre fueron más acusadas (-30,6% y -31,7% respectivamente).

Gráfico 30. Evolución de los ingresos y envíos de importación del segmento SPT por trimestre (1T 2019-4T 2020).

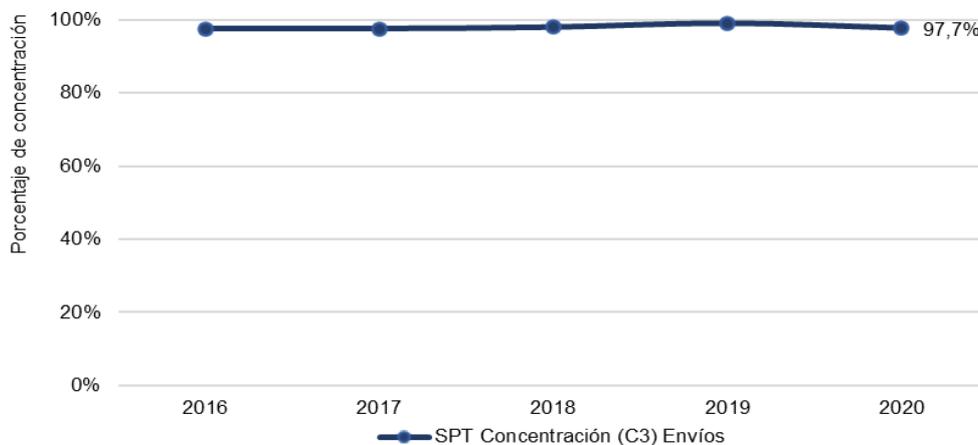


Fuente: Elaboración propia a partir de los datos aportados por las empresas.

5.2.3.4. Cuotas de mercado del segmento SPT

El análisis de las cuotas de mercado es indicativo del elevado grado de concentración de este mercado. La evolución de la cuota de los tres operadores con mayor número de envíos cada año experimenta una ligera caída de 1,3 puntos respecto al año 2019, pasando del 99% al 97,5%.

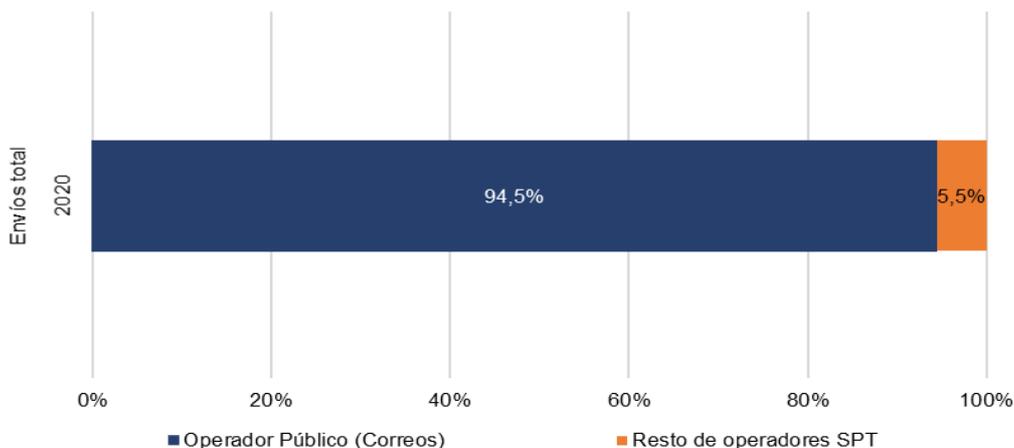
Gráfico 31. Concentración (C3) en el segmento SPT por año y los 3 operadores con mayor número de envíos (2016-2020).



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

El operador público alcanzó una cuota de mercado del 94,5%, -2,7 puntos respecto a 2019.

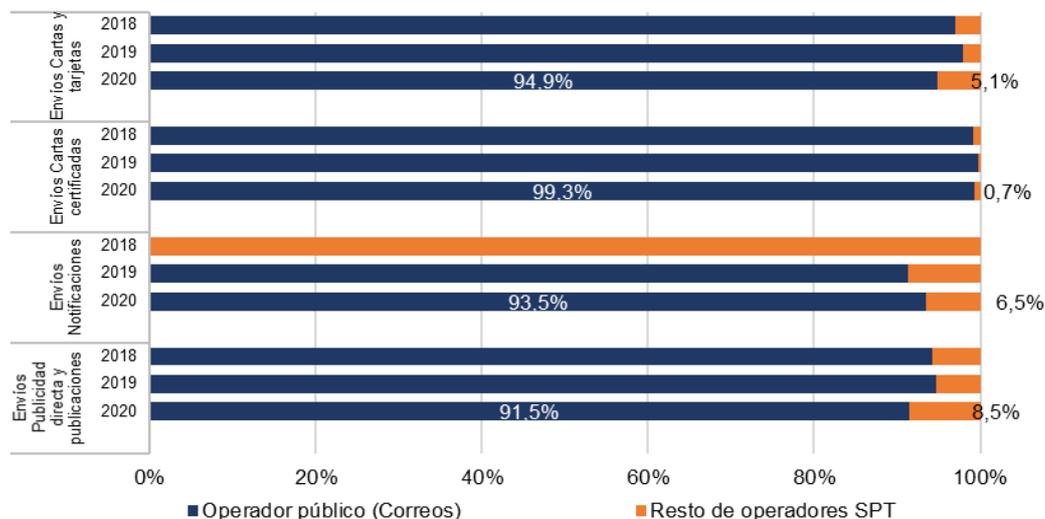
Gráfico 32. Cuotas de mercado del segmento SPT en envíos totales por año y tipología de operador (2020).



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

Desglosando el total de los envíos por tipo de producto en el año 2020 se mantuvo la preponderancia del operador público, con cuotas de mercado que fueron desde el 91,5% en publicidad directa y otras publicaciones, hasta el máximo del 99,3% en cartas certificadas.

Gráfico 33. Cuotas de mercado del segmento SPT en envíos según producto por año y tipología de operador (2018-2020)³⁵.

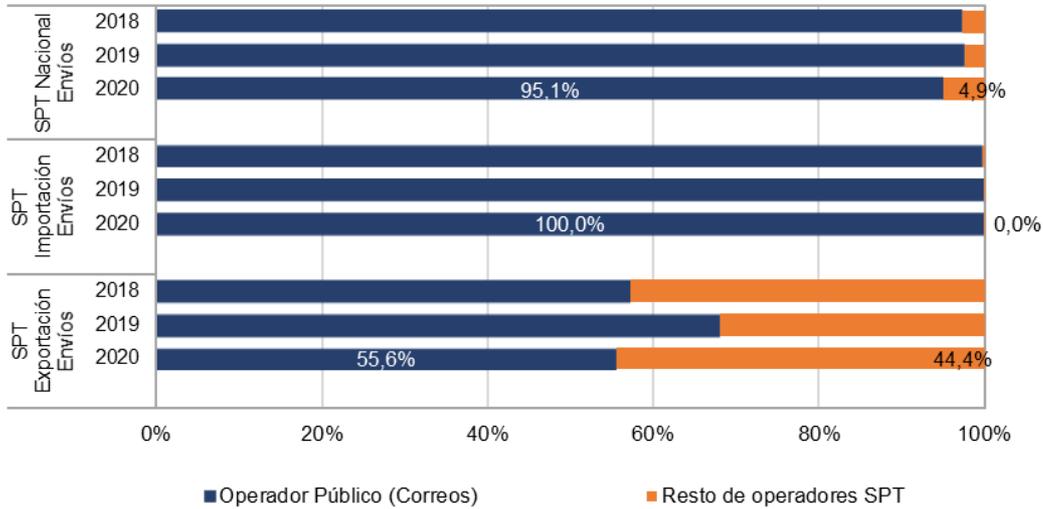


Fuente: Elaboración propia a partir de datos aportados por las empresas.

En cuanto al flujo de origen y destino de los envíos, nuevamente el operador público es el que cuenta con mayor presencia en el segmento SPT. En este caso su cuota de mercado es el 99,98% en importación y del 95,1% en el flujo nacional. Sin embargo, la cuota de mercado del operador público baja hasta el 55,6% en el caso de la exportación.

³⁵ Para poder interpretar el gráfico correctamente se debe tener en cuenta que en el año 2018 la cuota de mercado del resto de operadores SPT fue de un 100% porque el operador público facilitaba los datos de cartas certificadas y notificaciones de forma agregada y estos volúmenes se asignaban a las cartas certificadas. Desde el año 2019 el operador público ya diferencia los ingresos y envíos de cartas certificadas y notificaciones.

Gráfico 34. Cuotas de mercado del segmento SPT en envíos según flujo por año y tipología de operador (2018-2020).



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

El diferente impacto del COVID según tipología de operador modificó a lo largo del año el peso relativo del operador público en los flujos de ámbito nacional. La recuperación en envíos más intensa del resto de operadores durante el segundo semestre del año hizo que su peso relativo en términos de envíos pasara a ser en el cuarto trimestre del 2020 igual al 6,7% frente al 4,9% en promedio anual.

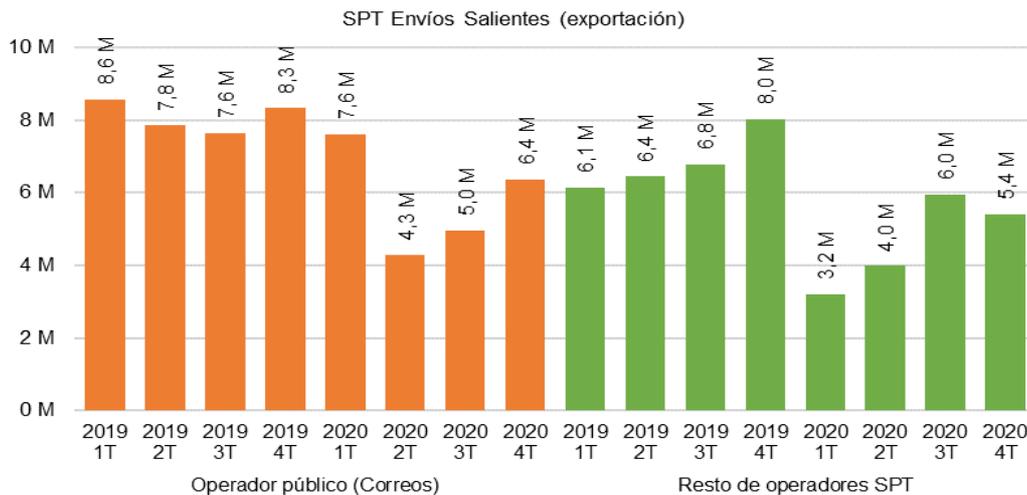
Gráfico 35. Evolución de los envíos nacionales del segmento SPT por trimestre y tipología de operador (1T 2019-4T 2020).



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

En el ámbito del mercado de exportación, sin embargo, la recuperación de los flujos del resto de operadores SPT se vio frenada al final del año frente a la fuerte recuperación en la actividad del operador público, caracterizándose la evolución de la cuota de mercado en este segmento por sus fuertes oscilaciones a lo largo del año.

Gráfico 36. Evolución de los envíos de exportación del segmento SPT por trimestre y tipología de operador (1T 2019-4T 2020).



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

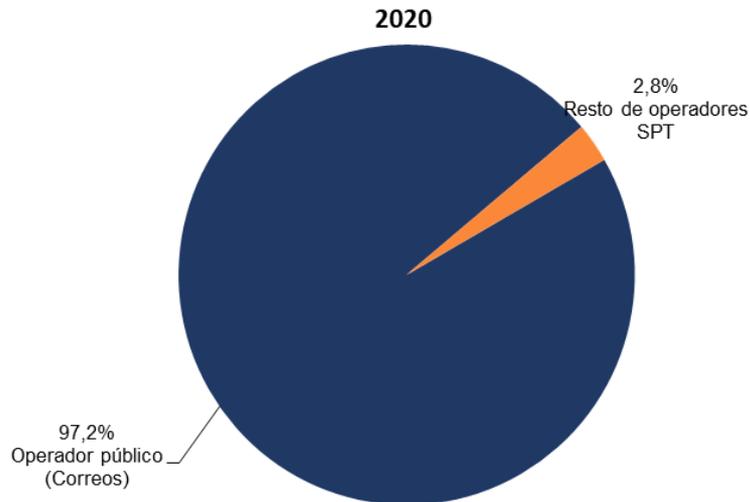
5.2.3.5. Recursos del segmento SPT

El operador público contó en el año 2020 con el 97,2% de los empleados³⁶ del segmento, si bien terminó el año con una reducción equivalente al 4,2% hasta alcanzar los 50.822 empleados, rompiendo la tendencia al alza observada en los últimos cuatro años³⁷.

³⁶ 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.

³⁷ Véase el “Informe anual del sector postal (2019)”, 10 de diciembre de 2020, INF/DTSP/038/20. CNMC.

Gráfico 37. Distribución de empleados del segmento SPT por tipología de operador (2020).

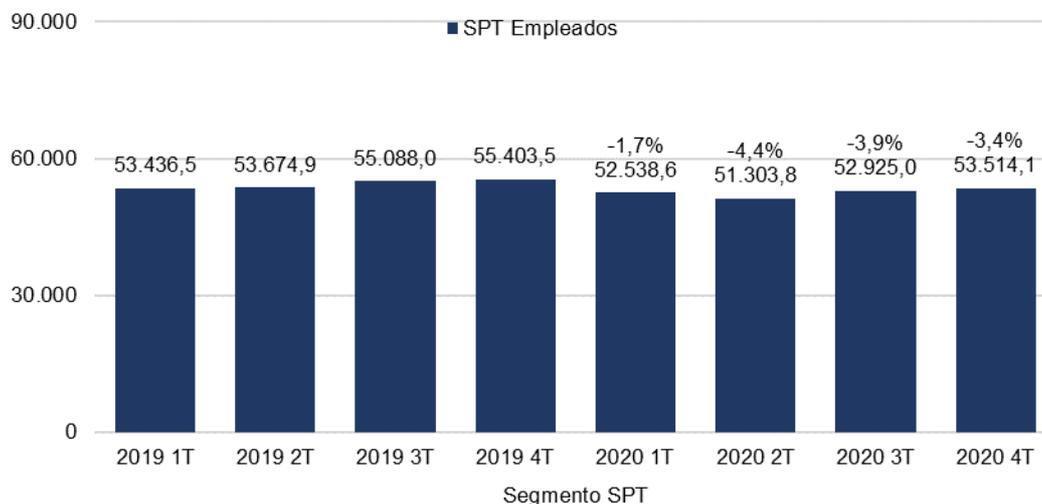


Fuente: Elaboración propia a partir de datos aportados por las empresas.

Por lo que se refiere al impacto del COVID, los datos recabados de los operadores postales informan de ajustes en las plantillas a lo largo del ejercicio. Así, el 44,4% de los operadores encuestados realizaron un ERTE/ERE durante la pandemia, principalmente entre abril y julio de 2020, y afectaron al personal administrativo más que a los trabajadores dedicados a los procesos operativos postales.

El detalle numérico permite apreciar disminuciones en el número de empleados en este segmento ya en el primer trimestre de 2020, con un -1,7%, produciéndose la máxima caída en el segundo trimestre y observándose una tendencia a la recuperación posterior. Las magnitudes de los retrocesos son menores que las observadas en los casos de ingresos y envíos, lo que denotaría un menor impacto de la pandemia en este aspecto.

Gráfico 38. Evolución de los empleados (FTE) del segmento SPT por trimestre (1T 2019-4T 2020).

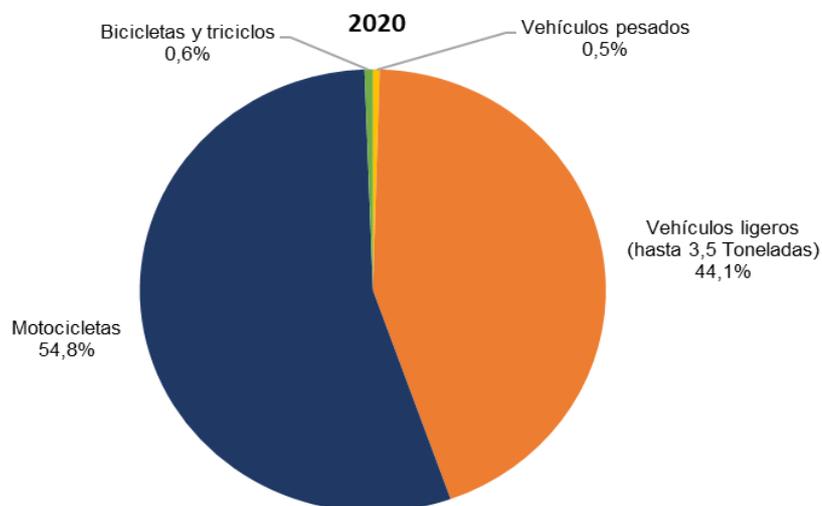


Fuente: Elaboración propia a partir de los datos aportados por las empresas.

Todos los operadores postales encuestados del segmento SPT dotaron a sus empleados de medidas de seguridad para hacer frente al COVID-19. En todos los casos facilitaron guantes, mascarillas y gel hidroalcohólico. Solo en algunos casos se hicieron controles de temperatura y test para detectar el COVID-19. En los puntos de atención al público y puestos administrativos se utilizaron pantallas para facilitar el distanciamiento social. Las medidas adoptadas para evitar el contagio por coronavirus afectaron también a los centros de distribución de los operadores postales al verse disminuida la plantilla presente por la implantación de turnos, por el distanciamiento interpersonal o las bajas médicas y cuarentenas derivadas de la enfermedad.

Por lo que se refiere a la disponibilidad de medios de distribución, en el segmento SPT destaca la utilización de vehículos para el reparto de ciertos productos con un carácter más urgente y de envíos de mayores pesos o dimensiones. Los vehículos más utilizados en el segmento SPT fueron las motocicletas, que alcanzaron el 54,8% del total de vehículos del segmento en el año 2020, seguidas de los vehículos ligeros con el 44,1%.

Gráfico 39. Distribución de vehículos del segmento SPT por tipología de vehículo (2020).



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

Tabla 7. Principales indicadores del segmento SPT (2020).

| Indicador | | 2020 | Δ 2019/2020 |
|--|------------------------------------|------------|-------------|
| Ingresos y envíos | SPT Ingresos | 1.159,1 M€ | -16,1 % |
| | SPT Envíos | 1.874,4 M | -22,8 % |
| | SPT Ingreso unitario | 0,62 € | +8,7 % |
| Distribución envíos por productos | Cartas y tarjetas | 79,9% | +1,4 p.p. |
| | Cartas certificadas | 2,5% | +0,1 p.p. |
| | Notificaciones | 3,7% | +0,1 p.p. |
| | Publicidad directa y publicaciones | 13,9% | -1,6 p.p. |
| Distribución envíos por origen y destino | SPT Nacional | 92,5% | +0,3 p.p. |
| | SPT Importación | 5,3% | -0,6 p.p. |
| | SPT Exportación | 2,2% | +0,3 p.p. |
| Cuotas de mercado por envíos | SPT Concentración (C3) | 97,7% | -1,3 p.p. |
| | Operador Público (Correos) | 94,5% | -2,7 p.p. |
| | Resto de operadores SPT | 5,5% | +2,7 p.p. |

*p.p.: Puntos porcentuales

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

5.3. Segmento CEP

5.3.1. 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 y normalmente más de un intento de entrega.

5.3.2. Principales operadores del segmento CEP

Se han utilizado los datos de 22 operadores postales, por ser los que en el año 2020 tuvieron 50 o más empleados. La información se ha segmentado en la mayor parte de los indicadores por tipología de operador. Las tipologías que se han utilizado son las siguientes:

- Operadores independientes: aquellos operadores que actúan de forma independiente en el mercado sin pertenencia a ninguna red de franquicias o colaboradores.
- Integradoras: 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.
- Operador público: Correos y Correos Express.
- Redes de transporte urgente de ámbito nacional: se entiende por red³⁸ 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

³⁸ Definición propia. 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. De esta forma, se entiende por empresa central, cabecera o matriz de una red, aquella(s) 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. Por empresa integrante o participante de una red se entenderá 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 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.

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.

Tabla 8. Principales operadores del segmento CEP (2020)

| Tipología | Marca | Nombre |
|---|---|----------------------|
| Independientes |  | Ara Vinc |
| |  | Asendia |
| |  | ICS |
| |  | Spring GDS |
| |  | Ontime |
| |  | Rapid Express |
| Integradoras |  | DHL Express y Parcel |
| |  | FedEx |
| |  | TNT ³⁹ |
| |  | 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.

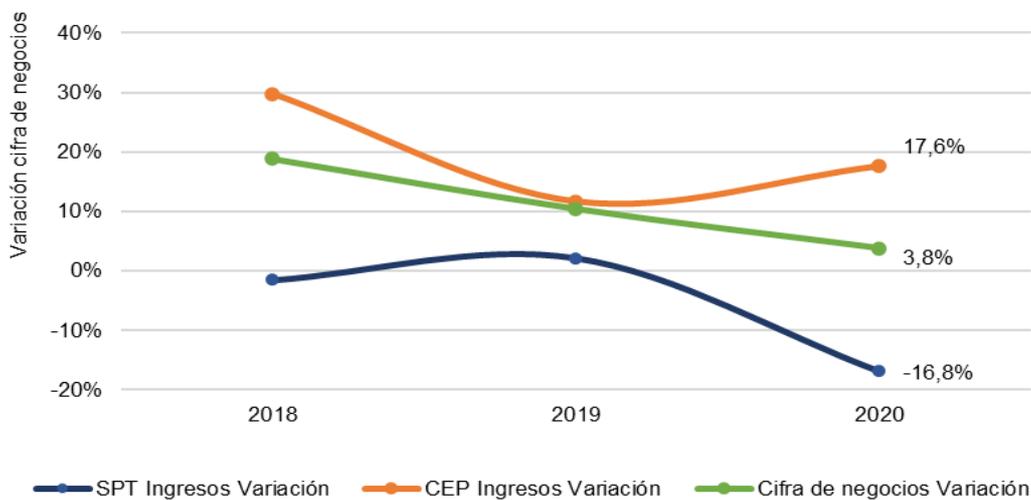
³⁹ A pesar de haber sido comprada por FedEx, TNT se muestra como empresa diferenciada por seguir propia marca.

5.3.3. Indicadores del segmento CEP

5.3.3.1. Cifra de negocios de los operadores del segmento CEP

Los operadores del segmento CEP terminaron el año 2020 con una cifra de negocios de 6.643,4 millones de euros, un 3,8% más que en 2019. El incremento es mayor si solo se tiene en cuenta el negocio puramente CEP (paquetería y mensajería) puesto que subió un 17,6%.

Gráfico 40. Variación de la cifra de negocios de los operadores del segmento CEP por año y tipo de envío (2018-2020).

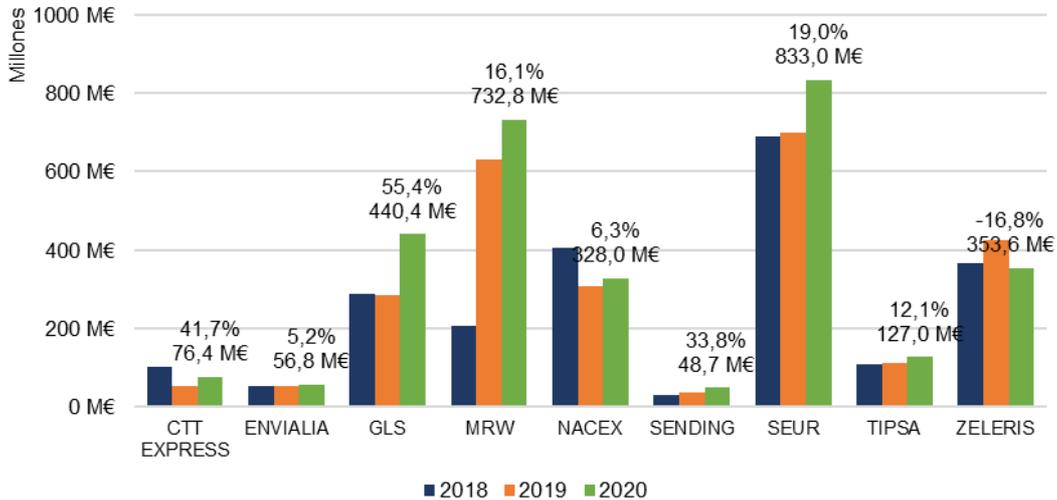


Fuente: Elaboración propia a partir de datos aportados por las empresas.

La cifra de negocios del operador público alcanzó en 2020 los 1.953 millones de euros, con una caída del 12,9% respecto del año anterior. Distinto signo anotó la evolución de la cifra de negocios del conjunto de las redes de transporte urgente de ámbito nacional, que alcanzó los 2.996,6 millones de euros tras aumentar un 15,0% respecto al año anterior⁴⁰. Además, todos los operadores aumentaron su cifra de negocios excepto uno. Las empresas que más aumentaron su cifra de negocios fueron CTT Express (41,7%) y GLS (55,4%). La empresa que tuvo peor comportamiento fue Zeleris al disminuir un -16,8% su cifra de negocios.

⁴⁰ Dentro del dato total de cifra de negocios se incluye el dato real de cifra de negocios de la empresa central o matriz de cada una de las redes y una estimación de la cifra de negocios del resto de empresas que pertenecen a la red. Dicha estimación ha sido realizada por cada una de las empresas centrales o matrices.

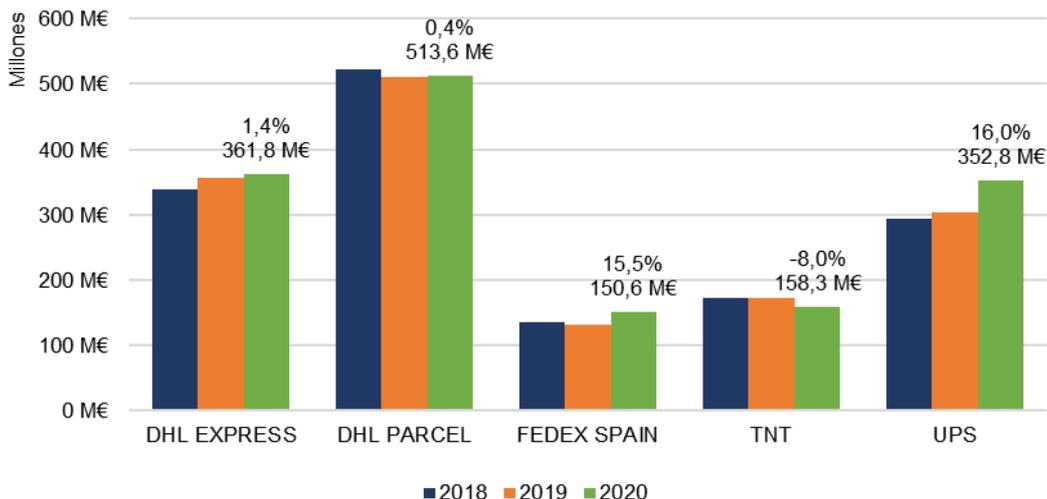
Gráfico 41. Evolución de la cifra de negocios de las redes de transporte urgente de ámbito nacional del segmento CEP por año (2018-2020).



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

El conjunto de integradoras también experimentó un aumento de la cifra de negocios que llegó a los 1.537,1 millones de euros (un 4,2% más que en 2019). Las empresas que presentaron un mejor comportamiento fueron FedEx Spain, con un incremento del 15,5%, y UPS, con una subida del 16,0%. En el lado opuesto se encontró TNT, con un descenso del 8% en su cifra de negocios.

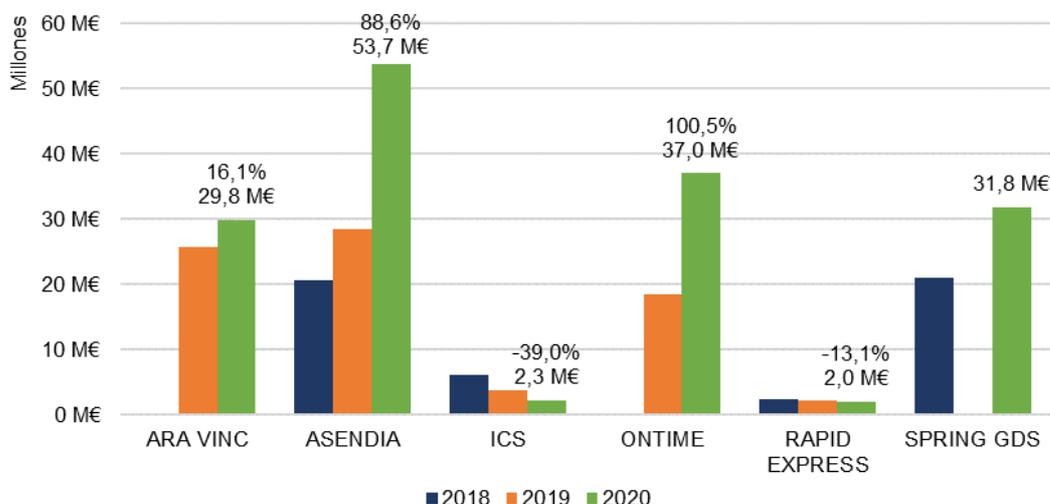
Gráfico 42. Evolución de la cifra de negocios de las integradoras del segmento CEP por año (2018-2020).



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

Finalmente, la cifra de negocios conjunta de los operadores independientes experimentó un crecimiento del 99%⁴¹ respecto al año anterior, hasta los 124,9 millones de euros. De este tipo de operadores los que presentaron mejores datos fueron Asendia, con un incremento del 88,6%, y Ontime, con una subida del 100,5%. En cambio, ICS disminuyó su cifra de negocios un 39% y Rapid Express un 13,1%.

Gráfico 43. Evolución de la cifra de negocios de los operadores independientes del segmento CEP por año (2018-2020).



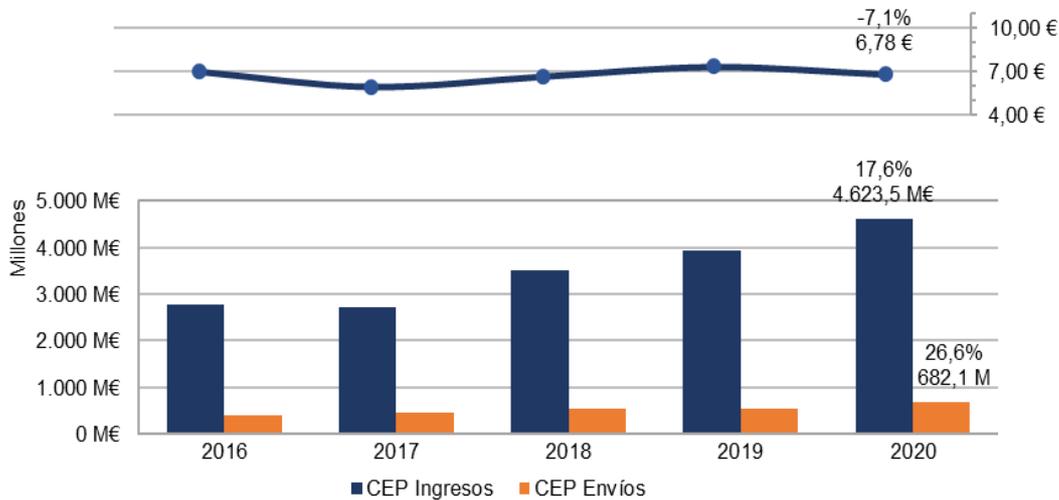
Fuente: Elaboración propia a partir de datos aportados por las empresas.

5.3.3.2. Ingresos y envíos del segmento CEP

Centrando la atención en la actividad puramente CEP de estos operadores del segmento CEP, el año 2020 se caracteriza por el importante aumento tanto de los ingresos como de los envíos. Mientras que los primeros alcanzaron los 4.623,5 millones de euros, tras subir un 17,6% en términos interanuales, los segundos aumentaron un 26,6% hasta quedarse en 682,1 millones de envíos. Al tiempo, se asiste a una caída del ingreso medio del segmento CEP, que disminuyó un 7,1% hasta cerrar el año 2020 en 6,78 euros.

⁴¹ Una buena parte de ese incremento se explica por la inclusión de la empresa Spring GDS en la muestra del año 2020, al superar los 50 empleados. Sin tener en cuenta esta empresa el aumento de la tipología de operadores independientes del segmento CEP hubiera sido del 58,6%.

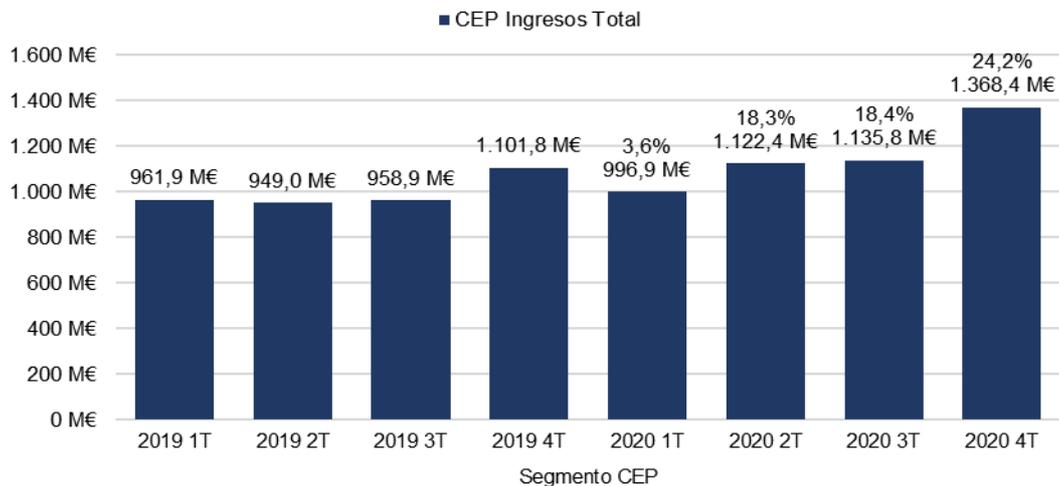
Gráfico 44. Evolución de los ingresos, envíos e ingreso unitario del segmento CEP por año (2016-2020).



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

Los ingresos crecieron todos los trimestres en términos interanuales, más a final de año. Si en el primer trimestre el crecimiento fue de un 3,6% interanual, en el último trimestre del año fue del 24,2%.

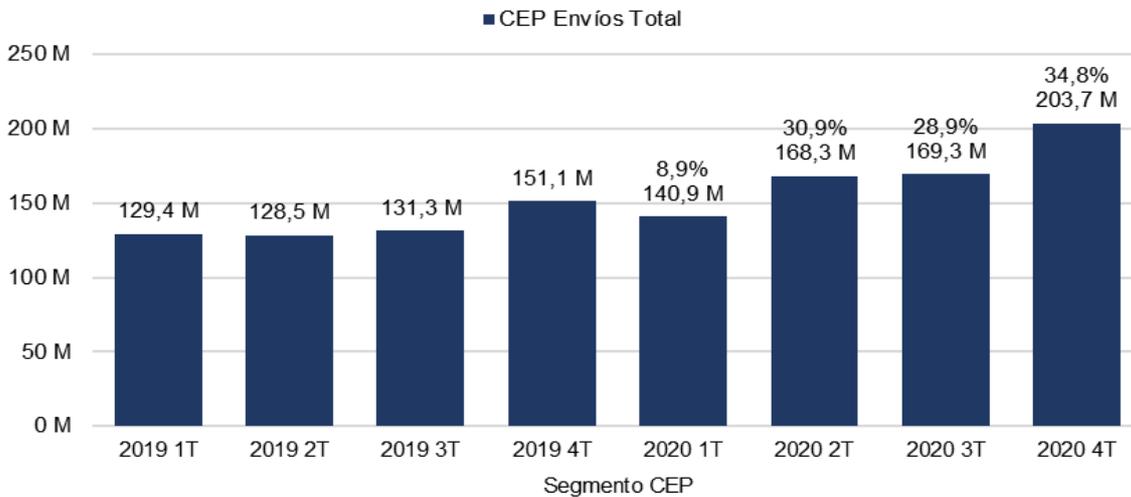
Gráfico 45. Evolución de los ingresos del segmento CEP por trimestre (1T 2019-4T 2020).



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

Los envíos aumentaron igualmente en todos los trimestres del año 2020, con tasas de incremento interanual en torno al 30% los tres últimos trimestres.

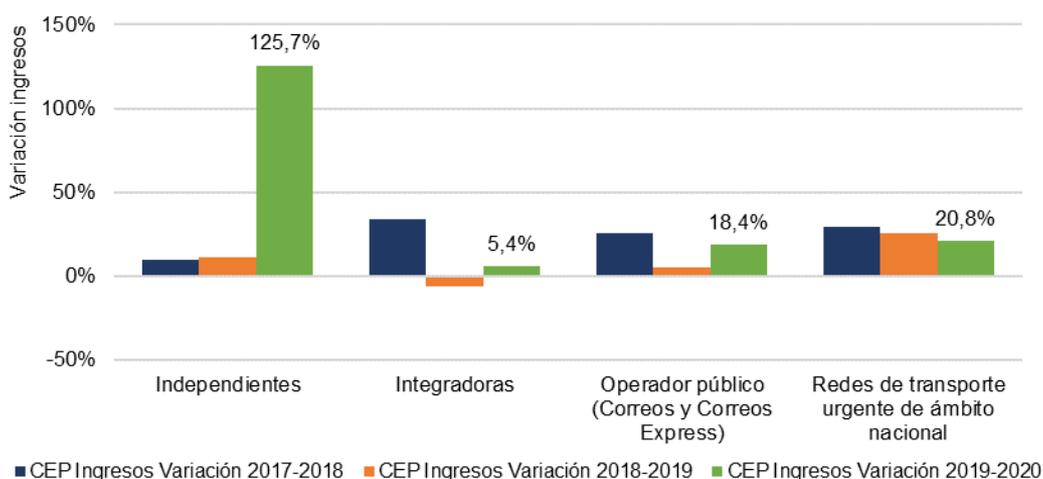
Gráfico 47. Evolución de los envíos del segmento CEP por trimestre (1T 2019-4T 2020).



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

Los incrementos en ingresos y envíos del segmento CEP afectaron a todas las tipologías de operador, aunque en diferente magnitud. Los operadores independientes fueron quienes más aumentaron los ingresos, con una variación del 125,7%, frente a una subida del 5,4% de las integradoras. El operador público y las redes de transporte urgente de ámbito nacional experimentaron crecimientos del 18,4% y 20,8% respectivamente.

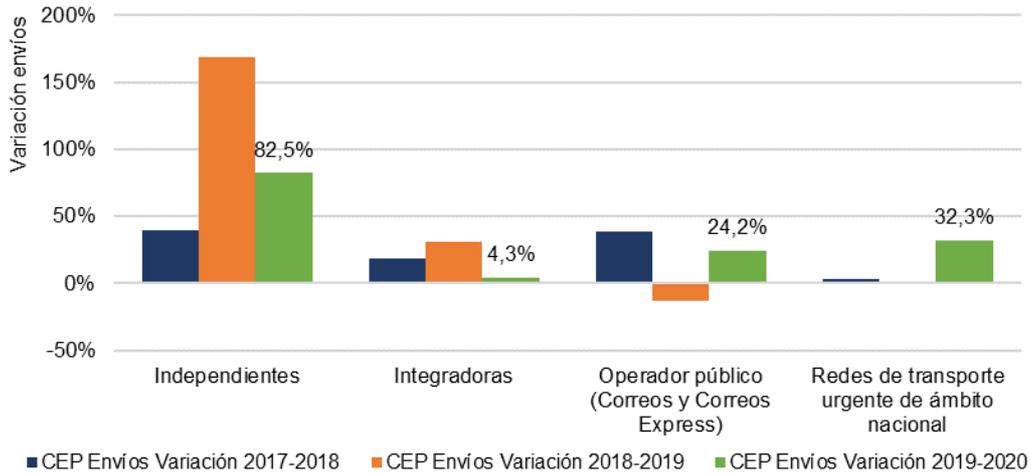
Gráfico 48. Variación de los ingresos del segmento CEP por año y tipología de operador (2018-2020).



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

El mismo comportamiento se produjo en los envíos del segmento CEP.

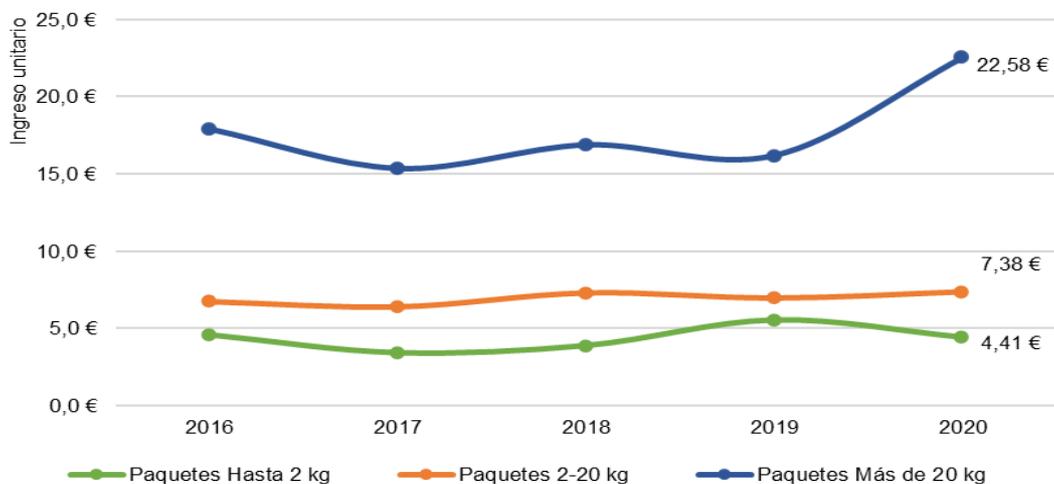
Gráfico 49. Variación de los envíos del segmento CEP por año y tipología de operador (2018-2020).



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

En el detalle de la evolución del ingreso medio por producto, se aprecia un descenso en los paquetes de menor peso, cuyo ingreso unitario se redujo un 20,5% en el año 2020 hasta llegar a los 4,41 euros. El resto de los tramos de peso aumentaron su ingreso unitario, un 6% los paquetes entre 2 y 20 kilos hasta los 7,38 euros, y un 39,5% los paquetes de más de 20 kilos hasta los 22,58 euros.

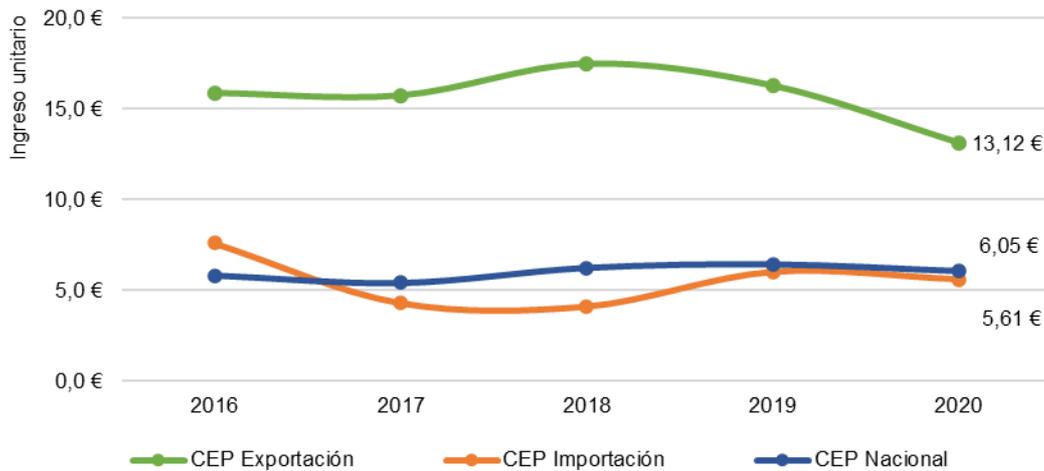
Gráfico 50. Evolución del ingreso unitario del segmento CEP por año y tipo de producto (2014-2018).



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

Todos los flujos disminuyeron su ingreso unitario, siendo el que más lo hizo el de exportación, que restó un 19,4% hasta quedar en 13,12 euros, seguido del flujo de importación que cayó un 6,8% finalizando el año en 5,61 euros. El ingreso unitario del flujo nacional disminuyó en menor intensidad, un 5,5%, hasta quedar en 6,05 euros.

Gráfico 51. Evolución del ingreso unitario del segmento CEP por año y flujo (2016-2020).



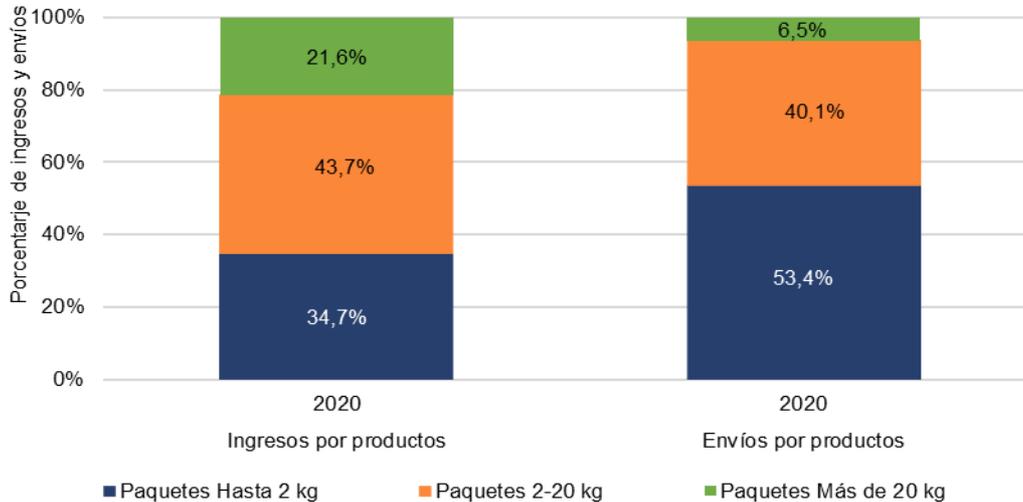
Fuente: Elaboración propia a partir de datos aportados por las empresas.

5.3.3.3. 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 de los envíos, un 53,4%, mientras que los paquetes entre 2 y 20 kilos dominan en cuanto a ingresos, un 43,7% del total.

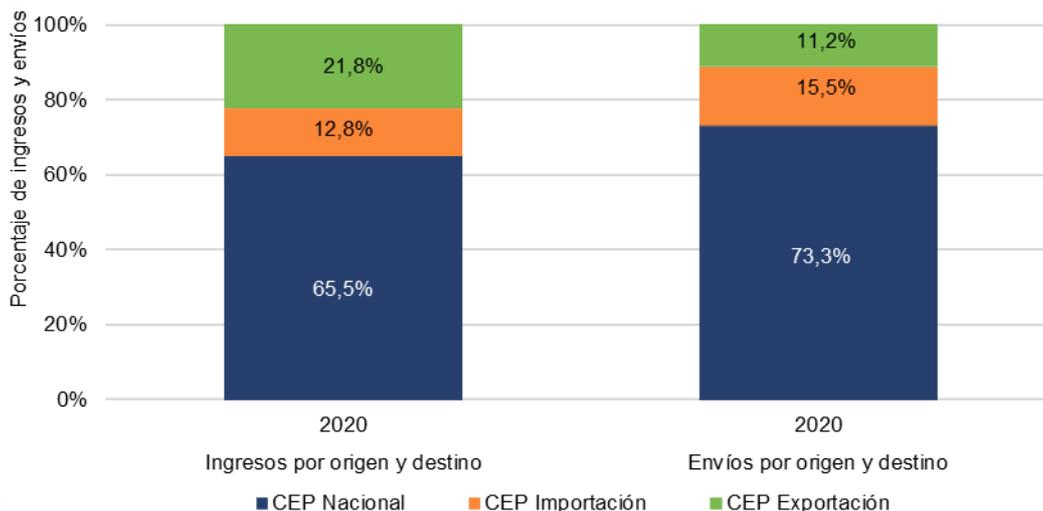
Gráfico 52. Distribución de los ingresos y envíos del segmento CEP por año y tipo de producto (2020).



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

Por flujos de origen y destino, el mercado español es marcadamente nacional puesto que este flujo representó en el año 2020 el 65,5% de los ingresos y el 73,3% de los envíos. El siguiente flujo en importancia es el de exportación a nivel de ingresos (un 21,8%) y el de importación a nivel de envíos (un 15,5%).

Gráfico 53. Distribución de los ingresos y envíos del segmento CEP por año y flujo (2020).



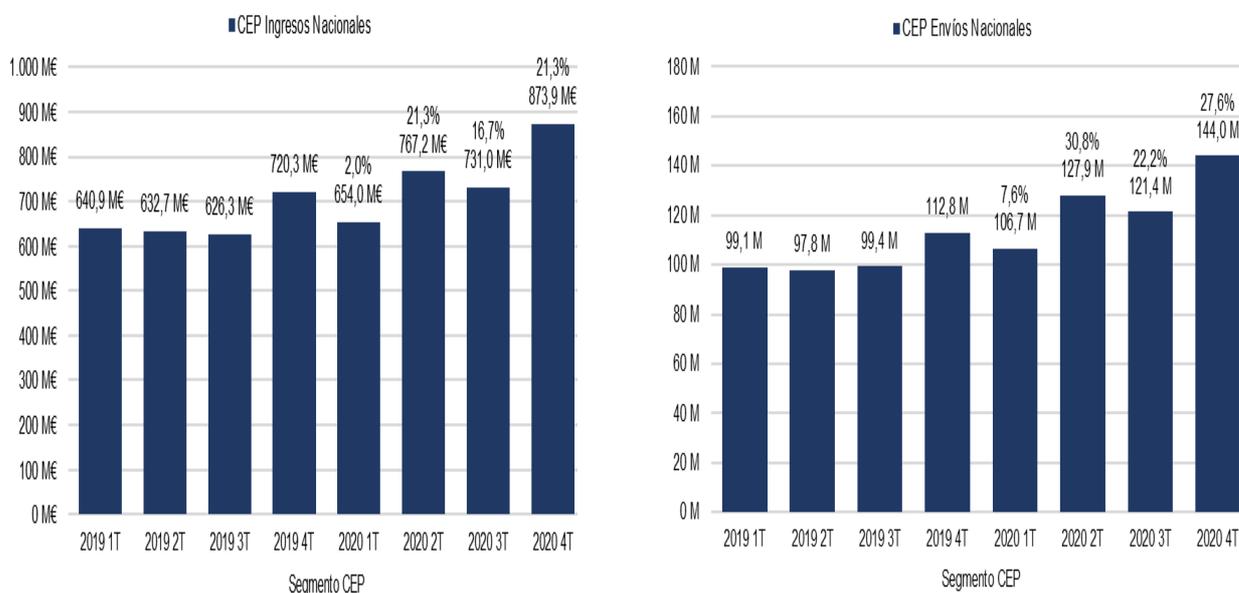
Fuente: Elaboración propia a partir de datos aportados por las empresas.

A diferencia de lo sucedido en los productos postales más tradicionales, la evolución trimestral de los ingresos y de los envíos para cualquier tipo de flujo

en el segmento CEP está marcada por la sistemática superación de las cifras alcanzadas un año antes.

Los ingresos y envíos de flujos nacionales de estos productos empezaron a crecer en términos interanuales ya desde el primer trimestre, alcanzando su máxima tasa de crecimiento en el segundo y moderándose a continuación. Las tasas de variación de los envíos fueron de mayor intensidad que las de los ingresos, en consonancia con la evolución del ingreso unitario.

Gráfico 54. Evolución de los ingresos y envíos nacionales del segmento CEP por trimestre (1T 2019-4T 2020).



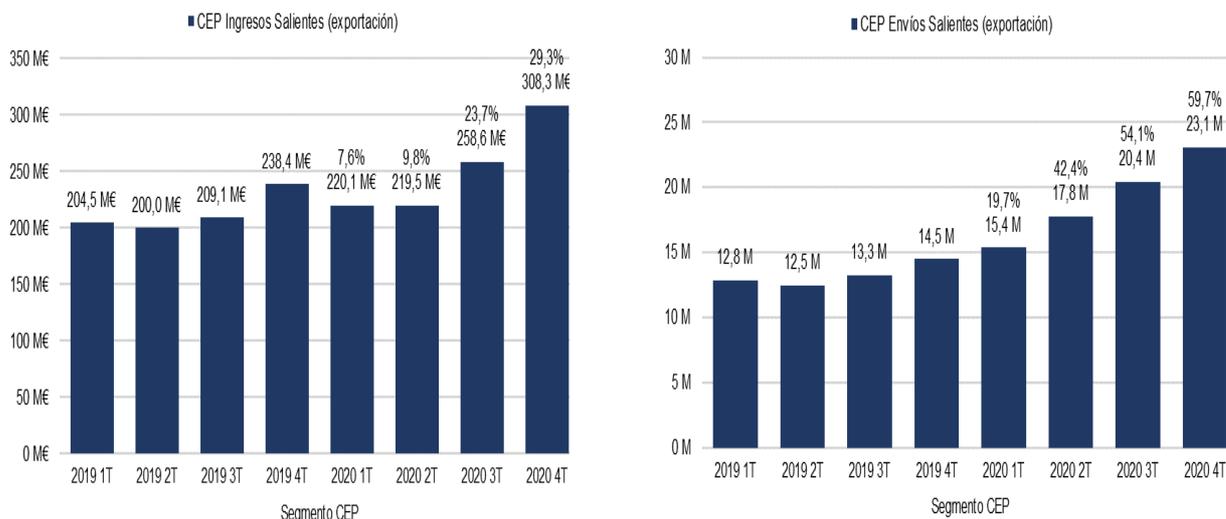
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos aportados por las empresas.

Los flujos internacionales se habrían visto entorpecidos por las limitaciones impuestas por la pandemia. En la consulta realizada a los operadores, el 18,2% de ellos dio cuenta de estas dificultades. Las principales dificultades fueron la suspensión de vuelos y los cambios de las rutas habituales de transporte (sobre todo aéreo). Al igual que en el segmento SPT, el país con el que se tuvieron más dificultades fue China.

A pesar de lo anterior, los ingresos y envíos para el total del segmento, ya fueran entrantes o salientes, no dejaron de crecer interanualmente y a ritmos acelerados conforme discurría el año. Probablemente, el restablecimiento gradual de las conexiones aéreas internacionales (fundamentales en este tipo de flujos) ante la mejora en la situación epidemiológica contribuya a explicar los fuertes crecimientos de final de año. Es posible igualmente que fueran ganando

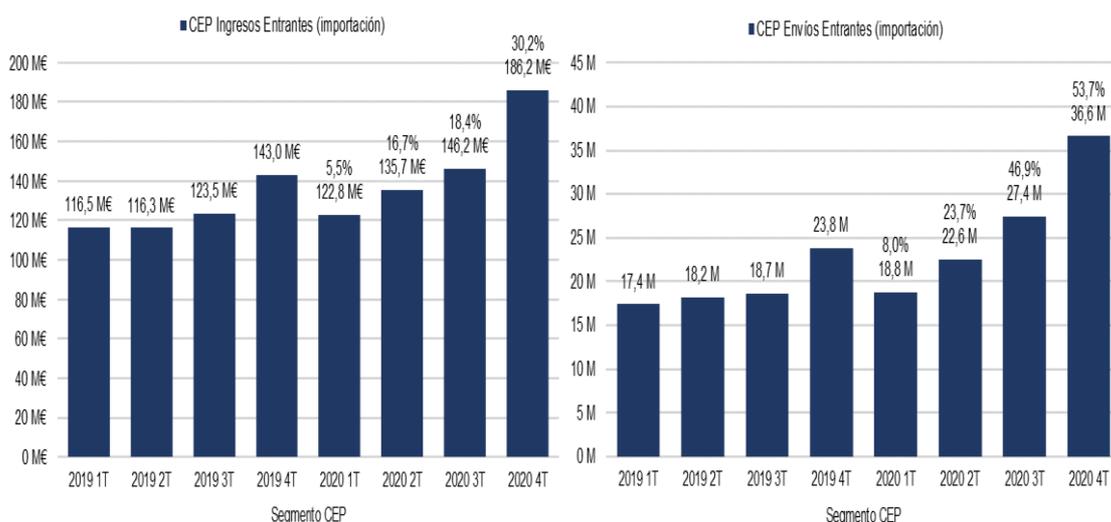
importancia a lo largo los envíos de menor peso, lo que podría explicar la mayor intensidad de crecimiento de los envíos frente a los ingresos.

Gráfico 55. Evolución de los ingresos y envíos de exportación del segmento CEP por trimestre (1T 2019-4T 2020).



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

Gráfico 56. Evolución de los ingresos y envíos de importación del segmento CEP por trimestre (1T 2019-4T 2020).

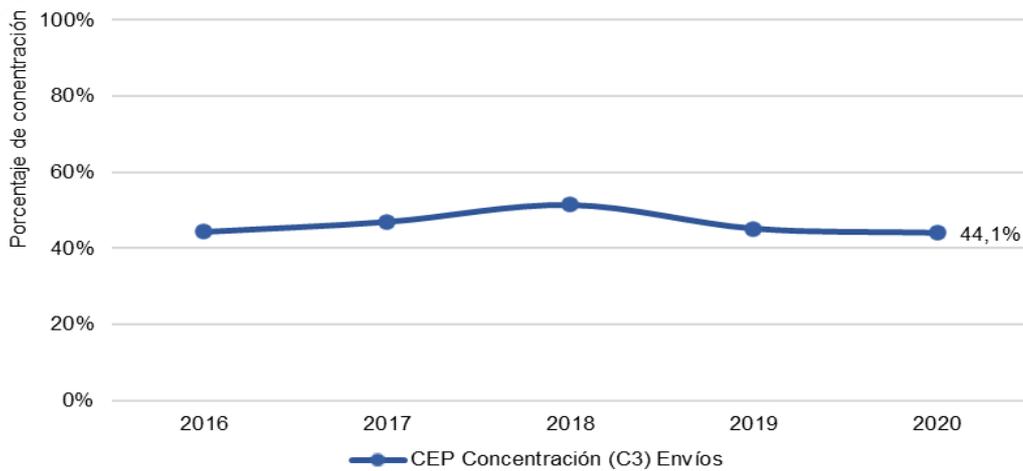


Fuente: Elaboración propia a partir de los datos aportados por las empresas.

5.3.3.4. Cuotas de mercado del segmento CEP

Por segundo año consecutivo el nivel de concentración C3 en el segmento CEP ha disminuido hasta alcanzar un 44,1%, aunque el descenso entre 2019 y 2020 ha sido de menor intensidad que el habido entre 2018 y 2019.

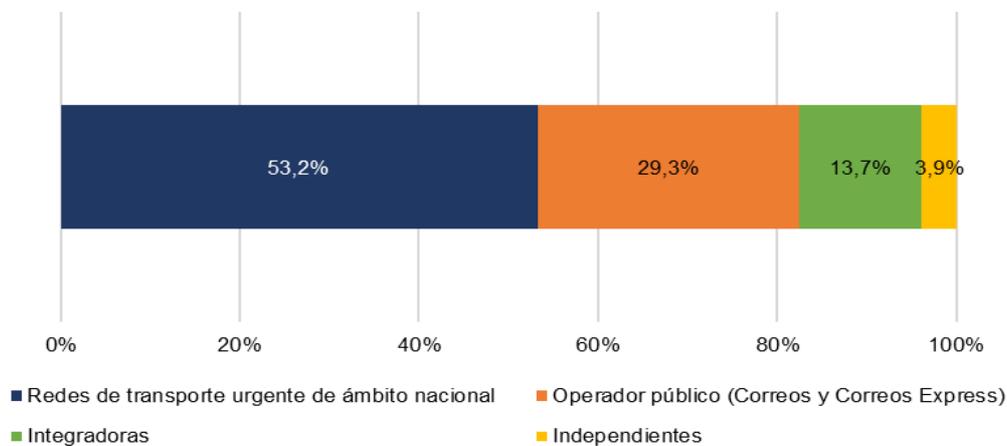
Gráfico 57. Concentración (C3) en el segmento CEP por año y los tres operadores con mayor número de envíos (2016-2020).



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

A nivel global, dentro del segmento CEP son las redes de transporte urgente de ámbito nacional las que tienen una mayor cuota de mercado en cuanto a envíos, un 53,2% en el año 2020 (50,9% en 2019).

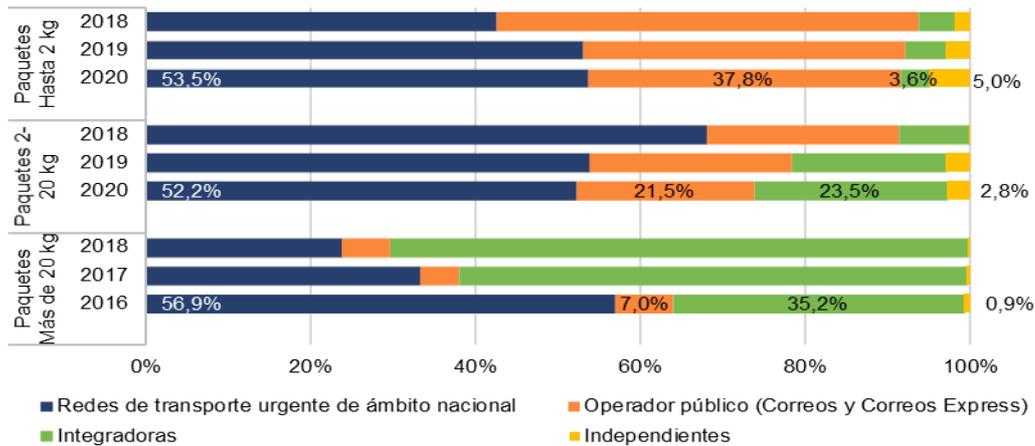
Gráfico 58. Cuotas de mercado del segmento CEP en envíos totales por año y tipología de operador (2020).



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

Resultan ser los operadores principales para todos los tramos de peso, siempre acaparando más de la mitad de los envíos de cada categoría. En los paquetes de menor peso, los de hasta 2 kilos, es el operador público el segundo en número de envíos y, en el resto, lo son las integradoras.

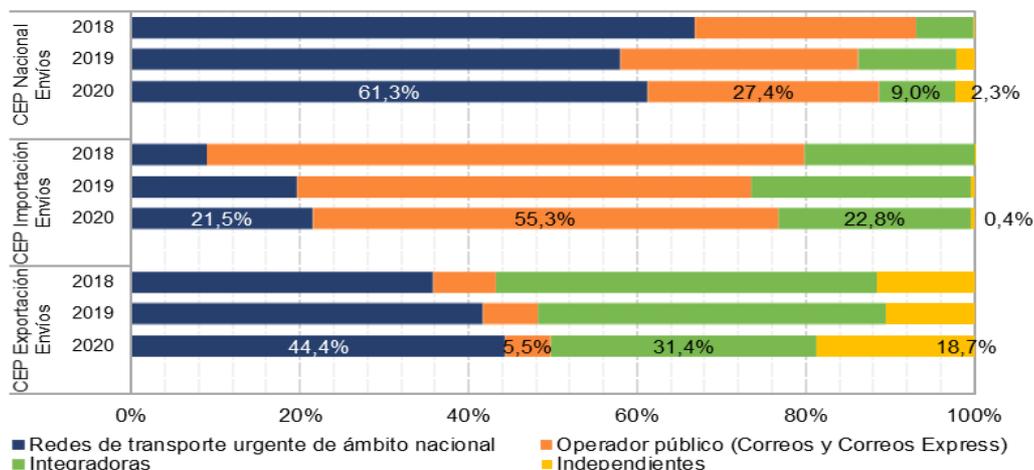
Gráfico 59. Cuotas de mercado del segmento CEP en envíos según producto por año y tipología de operador (2018-2020).



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

Examinando los flujos de origen y destino se aprecia como en el año 2020 las redes de transporte urgente nacional son las que cuentan con una mayor cuota de mercado en el flujo nacional, un 61,3%, y en el flujo de exportación, un 44,4%. Cosa distinta ocurre en el flujo de importación donde es el operador público el que ostenta una mayor cuota de mercado, un 55,3%.

Gráfico 60. Cuotas de mercado del segmento CEP en envíos según flujo por año y tipología de operador (2018-2020).



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

Las integradoras y el operador público perdieron cuota de mercado en el ámbito nacional respecto al 2019, en favor de las redes de transporte urgente de ámbito nacional, cuyo volumen de envíos creció interanualmente con más intensidad.

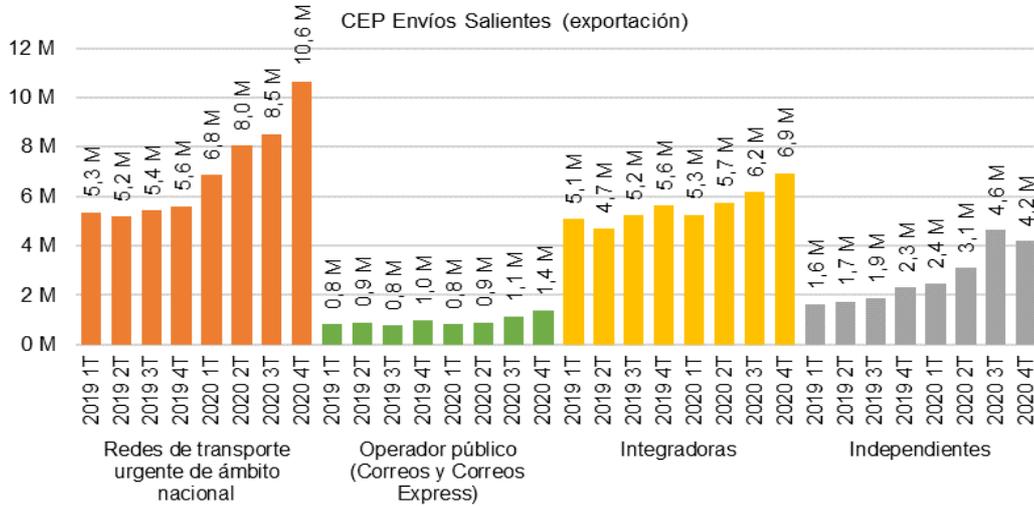
Gráfico 61. Evolución de los envíos nacionales del segmento CEP por trimestre y tipología de operador (1T 2019-4T 2020).



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

Para los flujos salientes, la pérdida de cuota de mercado por parte de las integradoras en términos de envíos fue mucho más intensa, pues pasó del 41,3% en 2019 al 31,4% en 2020, y ello a pesar de los sucesivos crecimientos en el valor absoluto de los envíos por ellas gestionados a lo largo del año. Los operadores que en este ámbito han conocido una fuerte expansión han sido los independientes, con un crecimiento interanual del 82,2% en el último trimestre del año, y las redes de transporte urgente nacional, quienes casi doblan el volumen de envíos a final del ejercicio.

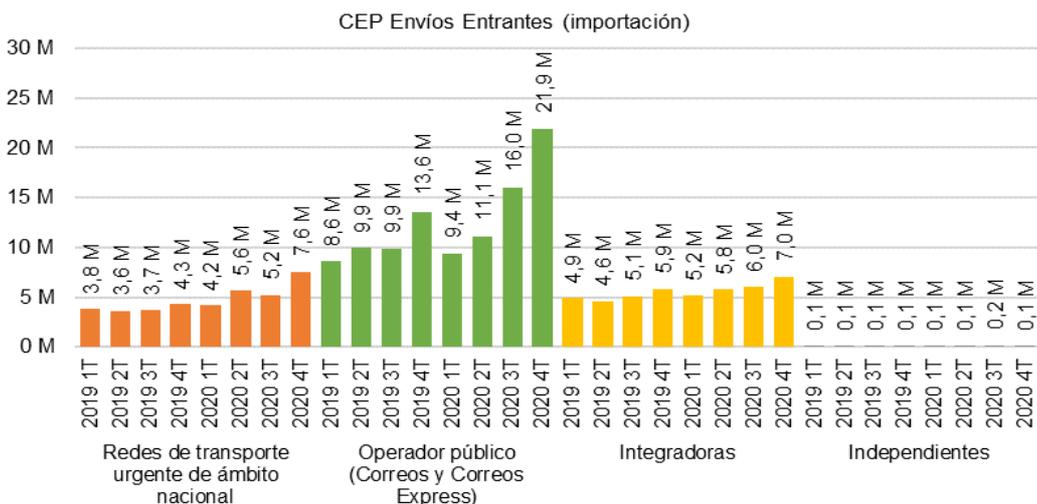
Gráfico 62. Evolución de los envíos de exportación del segmento CEP por trimestre y tipología de operador (1T 2019-4T 2020).



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

Finalmente, respecto de los flujos de importación, el operador público consolidó su posición predominante en este segmento del mercado al incrementar en 1,4 p.p. su cuota en relación con 2019. Se aprecian los fuertes incrementos sobre todo en sus envíos del tercer y cuarto trimestre de 2020.

Gráfico 63. Evolución de los envíos de importación del segmento CEP por trimestre y tipología de operador (1T 2019-4T 2020).



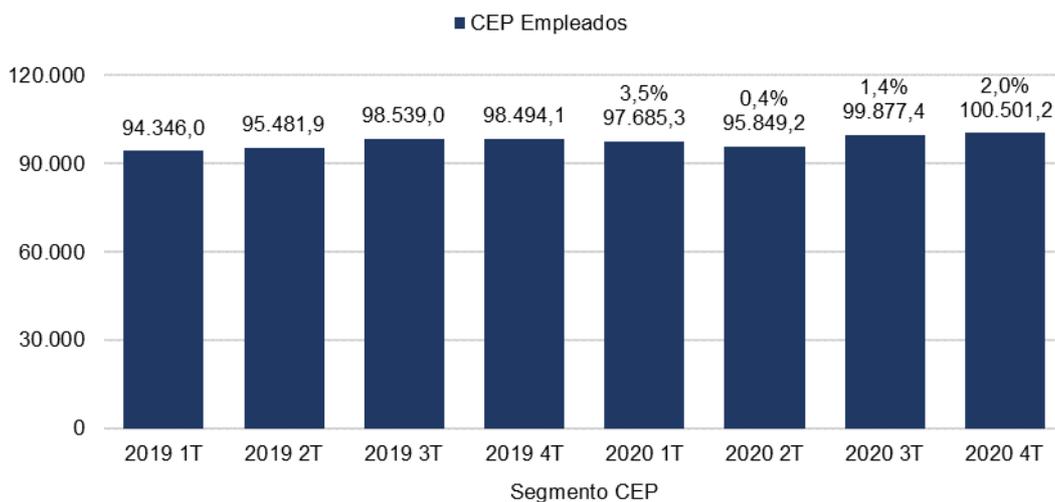
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos aportados por las empresas.

5.3.3.5. Recursos del segmento CEP

El 36,4% de los operadores encuestados sobre las consecuencias del COVID-19 manifestaron que durante el año 2020 realizaron algún ERE o ERTE en su empresa. Este porcentaje es algo inferior al 44,4% del segmento SPT.

Con todo, el número de empleados del segmento CEP en el año 2020 estuvo en todos los trimestres por encima de los valores registrados en los mismos periodos un año antes. El año comenzó con menor nivel de empleo que el existente al término de 2019, tocando su mínimo en el segundo trimestre. Se destaca en cualquier caso que los fuertes aumentos en los ingresos y envíos fueron gestionados con un volumen de plantilla que apenas aumentó.

Gráfico 64. Evolución de los empleados (FTE) del segmento CEP por trimestre (1T 2019-4T 2020).

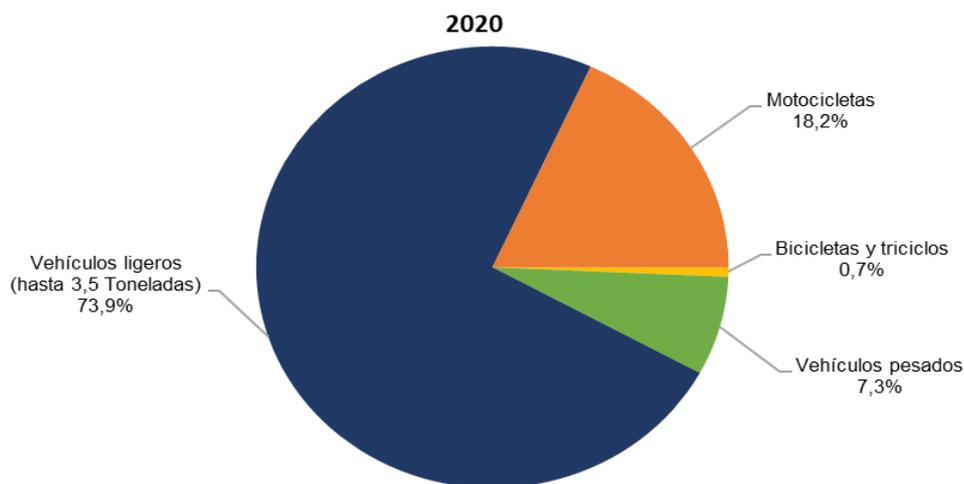


Fuente: Elaboración propia a partir de los datos aportados por las empresas.

Todas las empresas encuestadas informaron que habían facilitado a sus empleados medidas de seguridad frente al COVID-19 como guantes, gel hidroalcohólico y mascarillas. De nuevo las medidas preventivas del contagio afectaron al funcionamiento de los centros de distribución de los operadores del segmento CEP. De este modo, el 50% de los consultados manifestaron que su operativa se vio afectada por el desarrollo del COVID-19 siendo los principales efectos el establecimiento de turnos de plantilla para evitar que coincidieran todos los trabajadores a la vez, el redimensionamiento de espacios para garantizar la distancia entre personas, la reconducción de flujos de envíos por cierres de centros de trabajo con contagios por COVID-19 y el ajuste de las rutas de transporte de los envíos.

Respecto de los medios móviles empleados en la prestación de estos servicios, los vehículos ligeros de hasta 3,5 toneladas fueron los que predominaron en el segmento CEP en el año 2020, representando el 73,9% del total. El segundo tipo fueron las motocicletas con un 18,2% de los vehículos.

Gráfico 65. Distribución de vehículos del segmento CEP por tipología de vehículo (2020).



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

Tabla 9. Principales indicadores del segmento CEP (2020)

| Indicador | | 2020 | Δ 2019/2020 |
|--|--|------------|-------------|
| Ingresos y envíos | CEP Ingresos | 4.623,5 M€ | +17,6 % |
| | CEP Envíos | 682,1 M | +26,6 % |
| | CEP Ingreso unitario | 6,78 € | -7,1 % |
| Distribución envíos por productos | Paquetes hasta 2 kg | 53,4% | +1,1 p.p. |
| | Paquetes entre 2 y 20 kg | 40,1% | +4,1 p.p. |
| | Paquetes de más de 20 kg | 6,5% | -5,2 p.p. |
| Distribución envíos por origen y destino | CEP Nacional | 73,3% | -2,6 p.p. |
| | CEP Importación | 15,5% | +1,0 p.p. |
| | CEP Exportación | 11,2% | +1,6 p.p. |
| Cuotas de mercado por envíos | CEP Concentración (C3) | 44,1% | -1,1 p.p. |
| | Redes de transporte urgente de ámbito nacional | 53,2% | +2,3 p.p. |
| | Operador público (Correos y Correos Express) | 29,3% | -0,6 p.p. |
| | Integradoras | 13,7% | -2,9 p.p. |
| | Independientes | 3,9% | +1,2 p.p. |

*p.p.: Puntos porcentuales

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

5.4. OTROS IMPACTOS DEL COVID

Además de la información sobre la evolución de los ingresos y envíos en cada trimestre, se solicitó a los operadores postales de la muestra que aportasen información de índole cualitativa a propósito de la incidencia del COVID-19 en su operativa a lo largo del año 2020. Seguidamente se recogen los resultados recabados.

5.4.1. Sobre la oferta de productos

5.4.1.1. Sobre la cartera de productos

El 76,9% de los operadores postales no modificaron su cartera de productos durante el COVID-19. Aquellos que sí la modificaron lo hicieron fundamentalmente para incluir opciones ligadas a la pandemia tales como el envío de medicamentos y material sanitario. También en algún caso se adaptó la cartera de productos para orientarlos al comercio electrónico, que aumentó considerablemente como consecuencia del COVID-19.

5.4.1.2. Sobre los precios

La mayoría de los operadores informa no haber variado sus precios durante el año 2020.

El 37,5% de los operadores del segmento SPT aumentaron sus precios ligeramente⁴², no así el operador público ni el resto de los operadores. Entre los operadores del segmento CEP, el 66,7% de los independientes y el 60% de las integradoras los aumentaron ligeramente. El operador público y la mayoría de las redes de transporte urgente de ámbito nacional (77,8% de los casos) los mantuvieron.

En los casos en los que se modificaron los precios, se señalan dos razones para hacerlo: primera, como consecuencia de la revisión normal de los precios (reestructuración de tarifas por cambios en sus rutas operativas o revisión anual habitual de los precios según el coste de los diferentes recursos empleados); segunda, como consecuencia de las restricciones impuestas por la evolución del COVID-19 en las rutas de transporte, bien porque obligaban a realizar rutas más largas, bien porque los espacios de carga en los vehículos -fundamentalmente aéreos- eran más reducidos. En ambos casos, las restricciones se convirtieron

⁴² Por incremento ligero de precios se entiende una subida máxima de hasta el 15%.

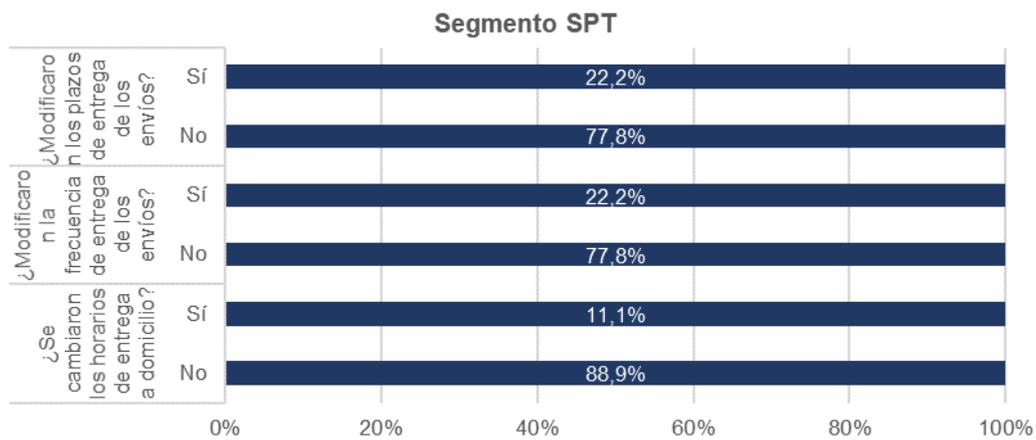
en recargos en los precios normalmente ligados al mayor consumo de combustible.

5.4.2. Sobre las condiciones de prestación del servicio

5.4.2.1. Entrega

En el segmento SPT en general no se modificaron las condiciones de entrega en cuanto a plazos, frecuencia y horarios. Más del 75% de los operadores mantuvieron dichas condiciones durante el año 2020.

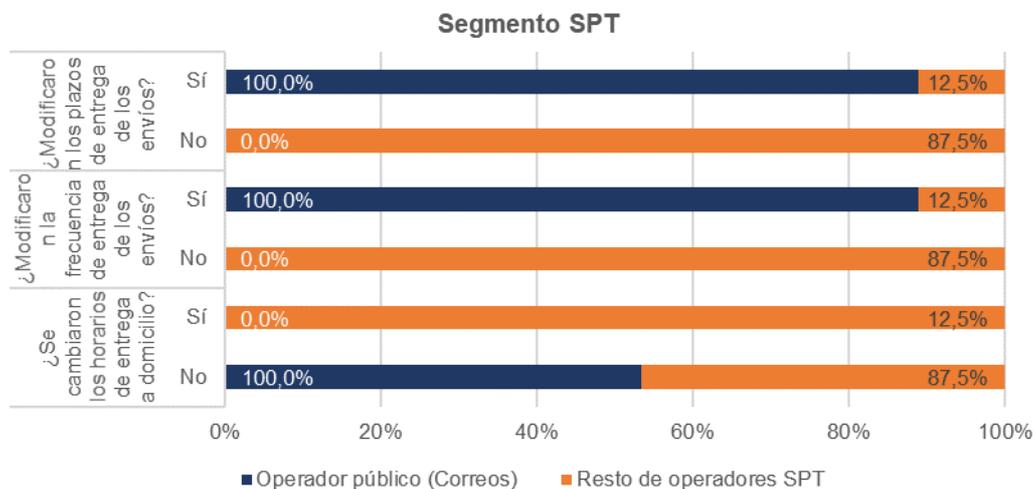
Gráfico 66. Modificación en las condiciones de entrega por el COVID-19 en el segmento SPT (2020).



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

Si se desagregan los datos por tipología de operador se aprecia como el operador público sí modificó los plazos y la frecuencia de entrega pero mantuvo los horarios habituales anteriores al COVID-19.

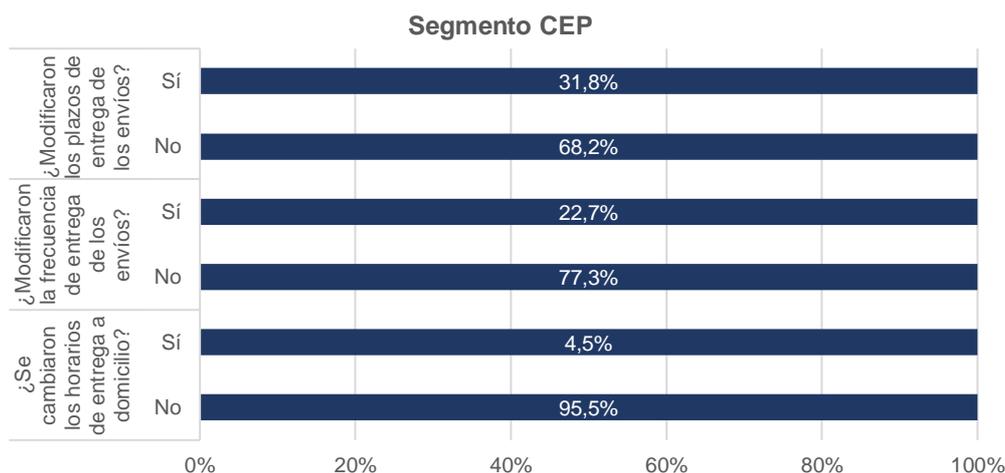
Gráfico 67. Modificación en las condiciones de entrega por el COVID-19 en el segmento SPT por tipología de operador (2020).



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

En el caso del segmento CEP, también se produjeron alteraciones en las condiciones de prestación de los servicios. Por comparación con el segmento SPT, se alteraron en mayor porcentaje los plazos de entrega, y en menor porcentaje los horarios de entrega.

Gráfico 68. Modificación en las condiciones de entrega por el COVID-19 en el segmento CEP (2020).

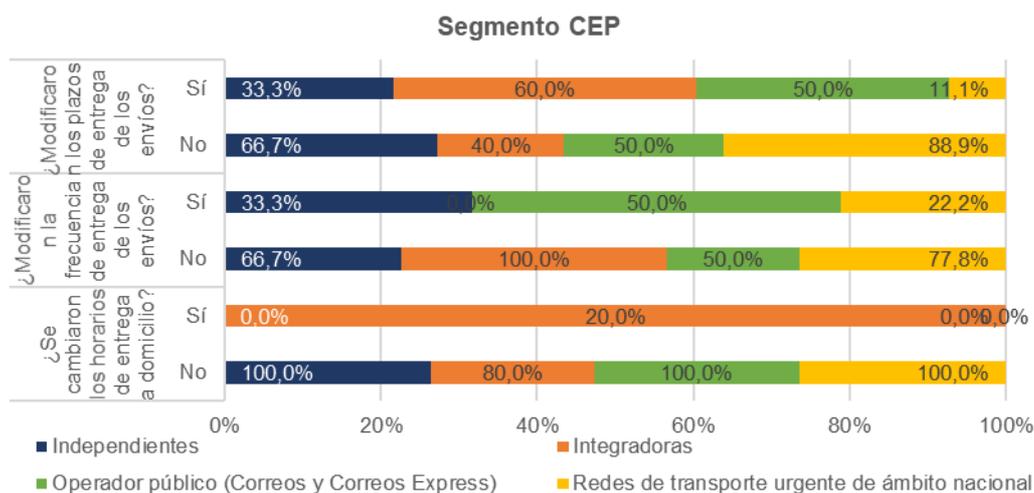


Fuente: Elaboración propia a partir de los datos aportados por las empresas.

Las tipologías de operador postal que en mayor medida modificaron las condiciones de entrega en el segmento CEP fueron: los plazos de entrega, las

integradoras; la frecuencia, el operador público; los horarios de entrega, las integradoras.

Gráfico 69. Modificación en las condiciones de entrega por el COVID-19 en el segmento CEP por tipología de operador (2020).



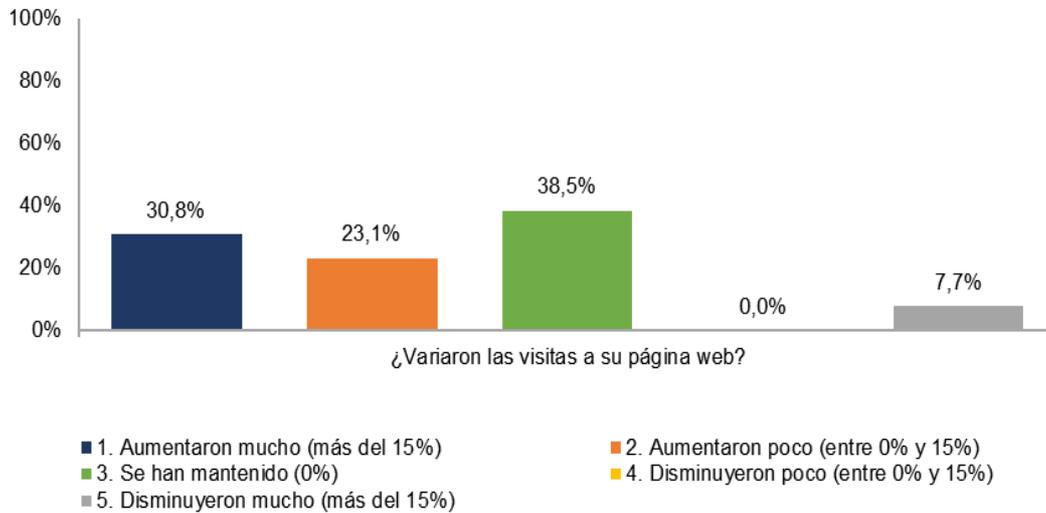
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos aportados por las empresas.

5.4.2.2. Oficinas / Web

El 61,5% de los operadores postales de los segmentos SPT y CEP mantuvieron los horarios de atención al público en sus oficinas. Los operadores que modificaron los horarios lo hicieron durante el confinamiento domiciliario de los ciudadanos, con cierres totales o parciales, que tenían por objetivo evitar los contactos interpersonales. También lo hicieron para poder adaptar sus oficinas con medidas de seguridad que garantizaran la distancia interpersonal cuando se produjera la reapertura de los locales.

La evolución de las visitas a las páginas web de los operadores postales de los segmentos SPT y CEP fue muy heterogénea. El 53,9% de los operadores encuestados dijeron que aumentaron, el 38,5% dijeron que se mantuvieron y el 7,7% dijeron que se redujeron.

Gráfico 70. Visitas página web por el COVID-19 (2020).

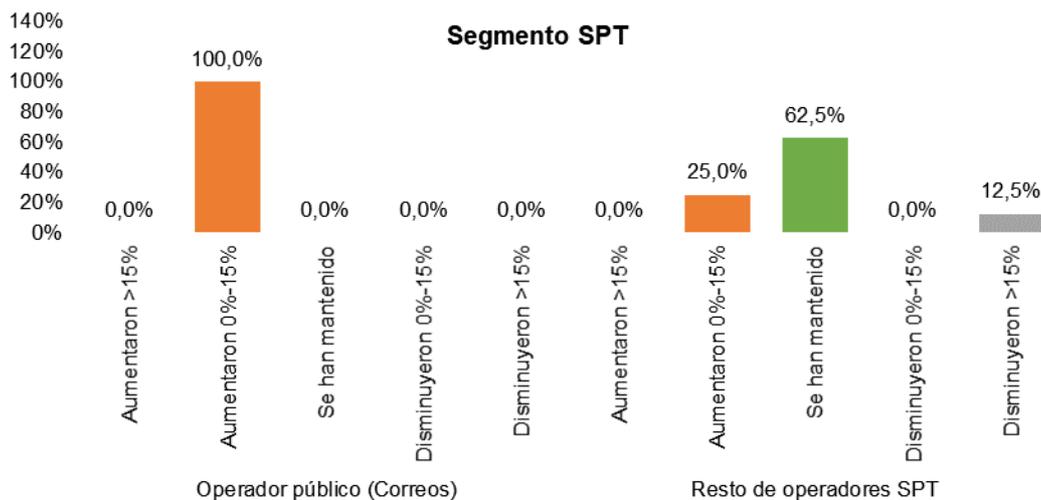


Fuente: Elaboración propia a partir de los datos aportados por las empresas.

5.4.3. Quejas y reclamaciones

En el segmento SPT, el operador público declara que las quejas aumentaron entre un 0% y un 15%. El 25% del resto de operadores encuestados dijeron esto mismo, mientras que el 62,5% dijeron que el número de quejas se mantuvo.

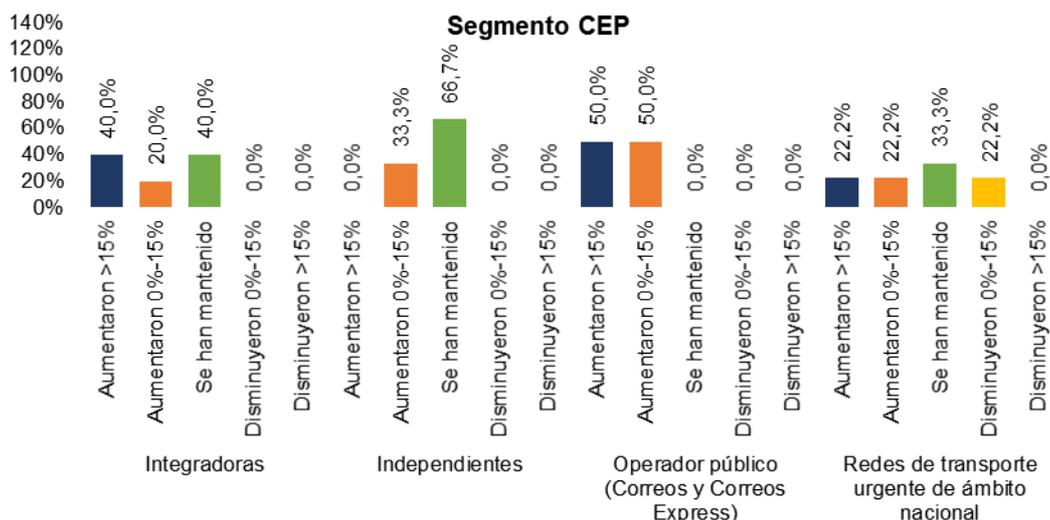
Gráfico 71. Quejas y reclamaciones por el COVID-19 en el segmento SPT por tipología de operador (2020).



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

En el segmento CEP, las quejas mayoritariamente se mantuvieron en magnitudes similares a los años precedentes o aumentaron.

Gráfico 72. Quejas y reclamaciones por el COVID-19 en el segmento CEP por tipología de operador (2020).



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

5.4.4. Otros

5.4.4.1. Innovación

El 61,5% de los operadores de los segmentos SPT y CEP informaron haber realizado alguna innovación derivada de la evolución del COVID-19. Las innovaciones han sido variadas y generalmente encaminadas a evitar contagios y paliar los efectos del COVID-19. Algunos ejemplos son: certificados entregados en buzón domiciliario, aplicaciones para distribución de mascarillas, tarjetas prepago para facilitar ayudas sociales a colectivos vulnerables, venta y cobro de productos en dispositivos móviles, digitalización de procedimientos, sustitución de la firma por claves sin contacto, firma mediante correo electrónico, sistemas de pago sin contacto, entre otros.

5.4.4.2. Acción social

Durante el desarrollo de la pandemia los operadores de los segmentos SPT y CEP colaboraron para paliar sus efectos mediante el mantenimiento de sus servicios y con la participación en proyectos de colaboración en beneficio de la sociedad. Más de la mitad de ellos promovieron o participaron en alguno de estos proyectos en el año 2020.

5.4.4.3. Apoyo público

El 88,5% de los operadores encuestados en los segmentos SPT y CEP manifestaron no haber recurrido a ayudas ofrecidas por las administraciones públicas. Las ayudas recibidas fueron bonificación del Impuesto de Bienes Inmuebles, aplicación del tipo 0% en el IVA por adquisición de material sanitario y financiación del Instituto de Crédito Oficial.

5.4.4.4. Otros

Se recogen aquí unos últimos apuntes expresados por los operadores no incluidos en los subapartados anteriores.

Los operadores han manifestado que los sistemas de teletrabajo en puestos administrativos que se vieron forzados a implantar durante el COVID-19 se han convertido en programas que mantienen en el tiempo.

Algunos operadores se han visto afectados en sus volúmenes por la bajada de la actividad económica y por el impago de clientes en situaciones complicadas pero, en general, los operadores manifiestan que el COVID-19 ha redundado en un aumento de su actividad por la reducción de los desplazamientos de los ciudadanos y por el aumento del comercio electrónico.

En el lado negativo, algunos operadores informaron del aumento de costes derivados de las medidas de protección de los trabajadores frente al COVID-19, del aumento del absentismo laboral por contagios y cuarentenas, y un mayor coste del transporte.

6. USO DE LOS SERVICIOS POSTALES Y COMERCIO ELECTRÓNICO

Para la redacción de este apartado se han utilizado los datos que publica la CNMC en su portal de datos estadísticos CNMC Data⁴³, en concreto, los informes de comercio electrónico y del Panel de Hogares⁴⁴. Para representar los datos del

⁴³ <http://data.cnmc.es/datagraph/>.

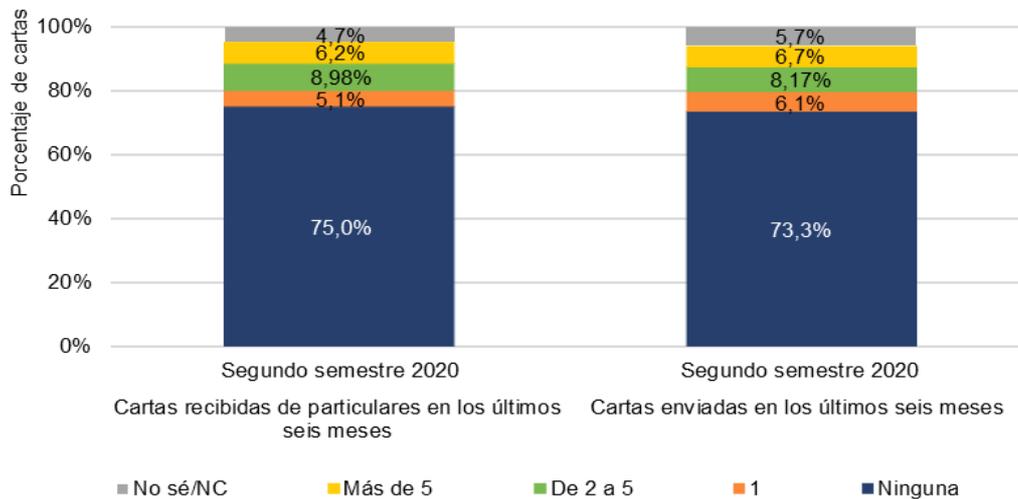
⁴⁴ El Panel resulta de la recogida de información directa de una muestra representativa de hogares e individuos residentes en España. Se trata de una investigación longitudinal dirigida a personas de 10 o más años residentes en viviendas familiares en el territorio nacional cuya motivación es recabar 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 sector ferroviario.

año 2020 se ha tomado el segundo semestre de ese año por ser el único del que se recaban y publican datos en este ámbito.

6.1. Servicios postales

Como se ha analizado en apartados anteriores, los productos con mayor volumen de envíos en el mercado postal son las cartas y tarjetas postales. En el segundo semestre de 2020, uno de cada cinco encuestados manifestó haber recibido alguna carta de un particular en los seis meses anteriores, y un 21% respondió que envió una o más cartas a un particular en ese mismo periodo.

Gráfico 73. Porcentaje de personas que recibieron o enviaron cartas con origen o destino en un particular en los seis meses anteriores (2º semestre 2020).

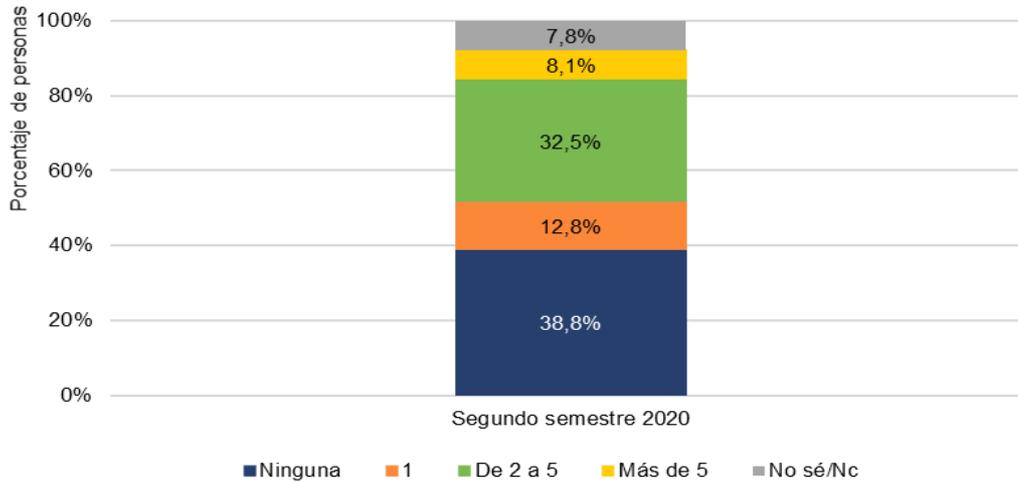


Fuente: Panel de hogares de la CNMC.

El recurso al envío de correspondencia es más intenso en el caso de los remitentes personas jurídicas, generalmente suministradores de servicios. En el segundo semestre de 2020, aproximadamente una de cada dos personas encuestadas había recibido mensualmente una o más cartas de una empresa suministradora de servicios frente a un 38,8% que no había recibido ninguna.

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.

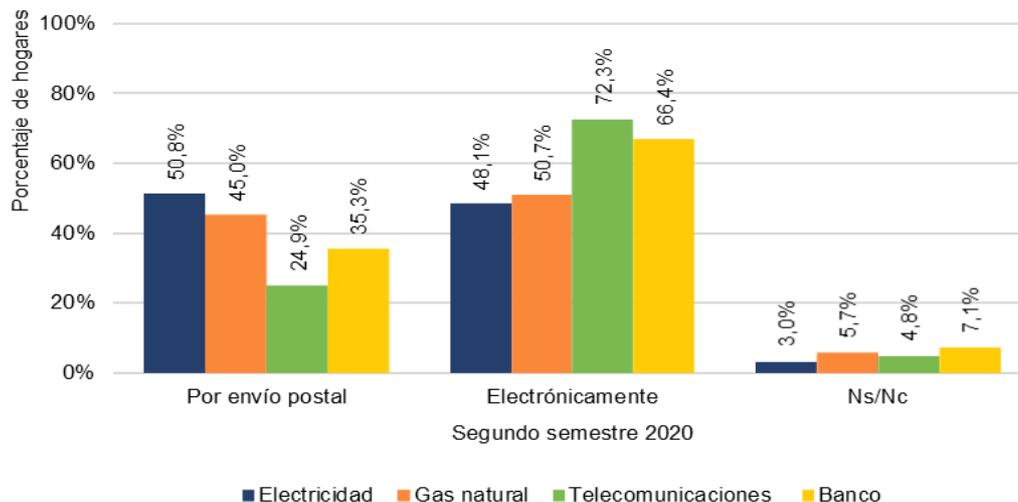
Gráfico 74. Porcentaje de personas que recibieron cartas de empresas o suministradores de servicios mensualmente (2º semestre 2020).



Fuente: Panel de hogares de la CNMC.

La correspondencia que se recibe generalmente contiene información relativa al pago de los servicios (facturas) si bien se constata una continuada tendencia a la sustitución de esta vía de comunicación por la comunicación electrónica. En comparación con 2019, se ha incrementado el porcentaje de envíos electrónicos de la factura en la totalidad de los servicios considerados. Especialmente acentuado resulta el uso de este medio de comunicación en el ámbito de los proveedores de servicios de telecomunicaciones, en el que solo el 24,9% de los hogares es informado por vía postal.

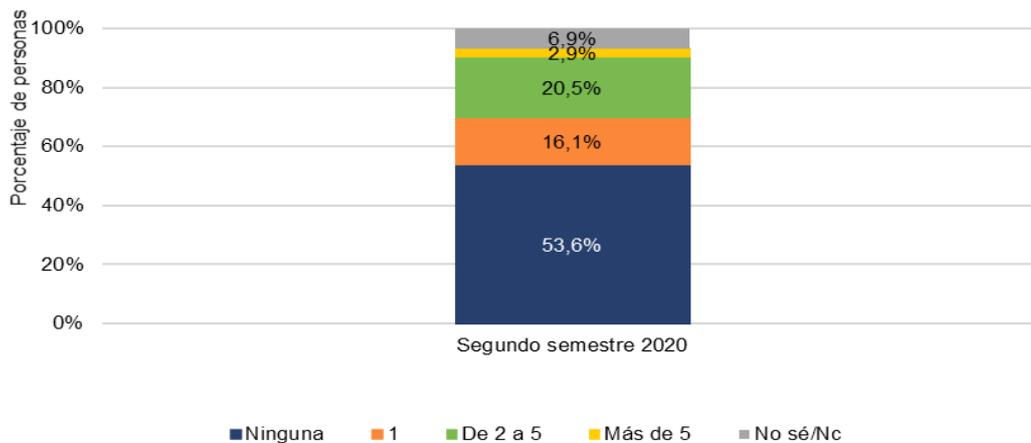
Gráfico 75. Porcentaje de hogares por tipo de factura recibida (2º semestre 2020).



Fuente: Panel de hogares de la CNMC

Otro de los orígenes más comunes de las cartas recibidas por los particulares son las comunicaciones con las Administraciones Públicas bajo la forma de notificaciones administrativas. De esta forma, el 39,5% de las personas encuestadas en el segundo semestre de 2020 respondieron haber recibido alguna notificación administrativa en los seis meses anteriores.

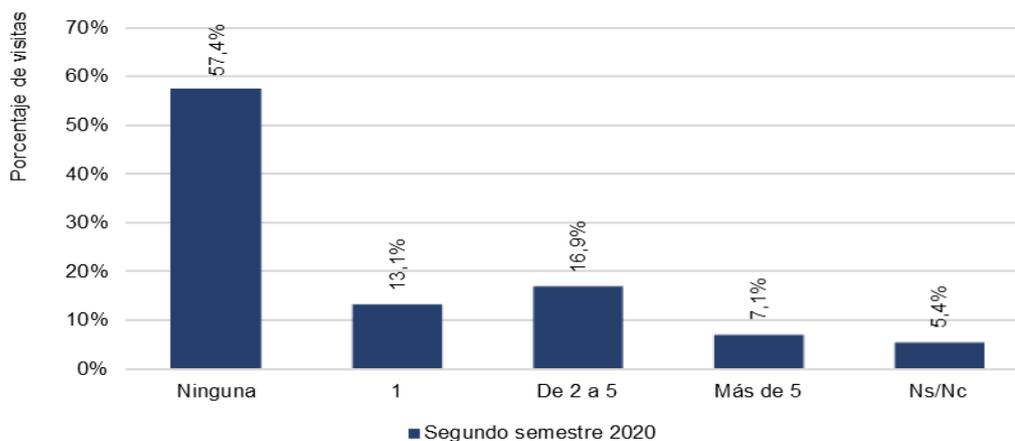
Gráfico 76. Porcentaje de personas que recibieron notificaciones administrativas en los seis meses anteriores (2º semestre 2020).



Fuente: Panel de hogares de la CNMC.

Por lo que se refiere al uso de los puntos de acceso a la red postal, no se observan cambios en la frecuencia de visitas a las oficinas postales. De nuevo, más de la mitad de los encuestados manifestaron no haber visitado ninguna oficina postal en los seis meses anteriores, 2,8 p.p. más que un año antes.

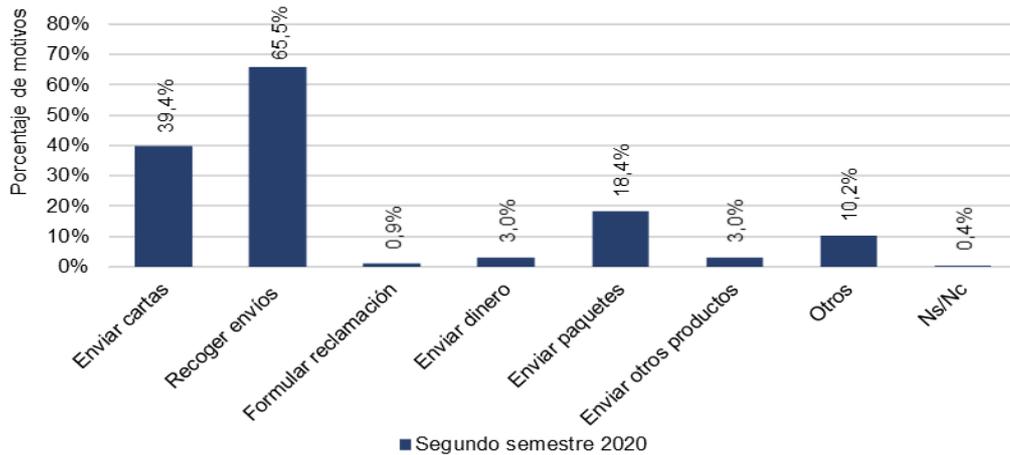
Gráfico 77. Número de visitas a oficinas postales en los seis meses anteriores (2º semestre 2020).



Fuente: Panel de hogares de la CNMC.

Los motivos para acudir a una oficina postal fueron fundamentalmente el envío de cartas, paquetes y otros productos, (39,4%, 18,4% y 3,0% respectivamente) así como la recogida de envíos (65,5%). El 0,9% de los encuestados manifestó que el motivo de la visita a una oficina postal fue el de poner una reclamación.

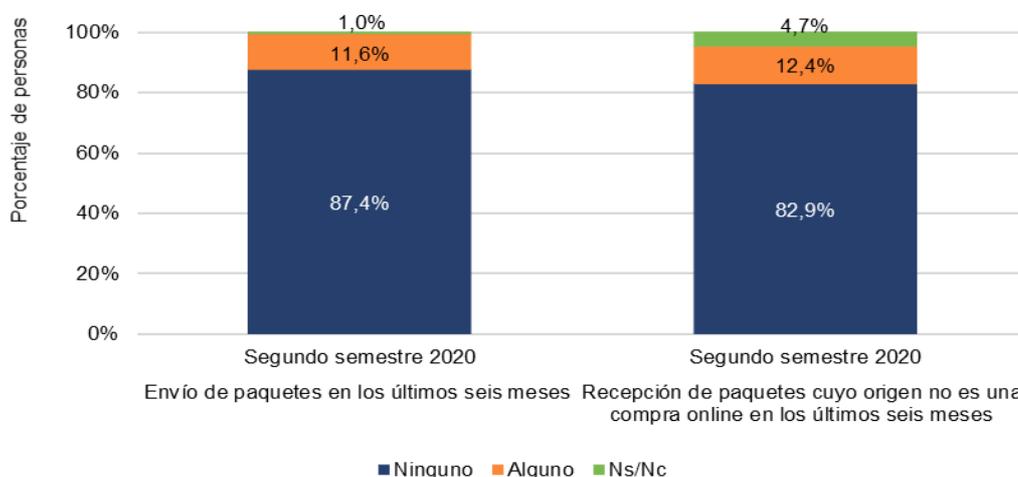
Gráfico 78. Motivo de la visita a una oficina postal en los seis meses anteriores (2º semestre 2020).



Fuente: Panel de hogares de la CNMC.

En 2020 aumentó muy ligeramente el envío de paquetes por particulares y la recepción de paquetes no ligados a la actividad del comercio electrónico (+1,4 p.p. y +1,7 p.p. respectivamente respecto de 2019), aunque continuaron en cifras modestas.

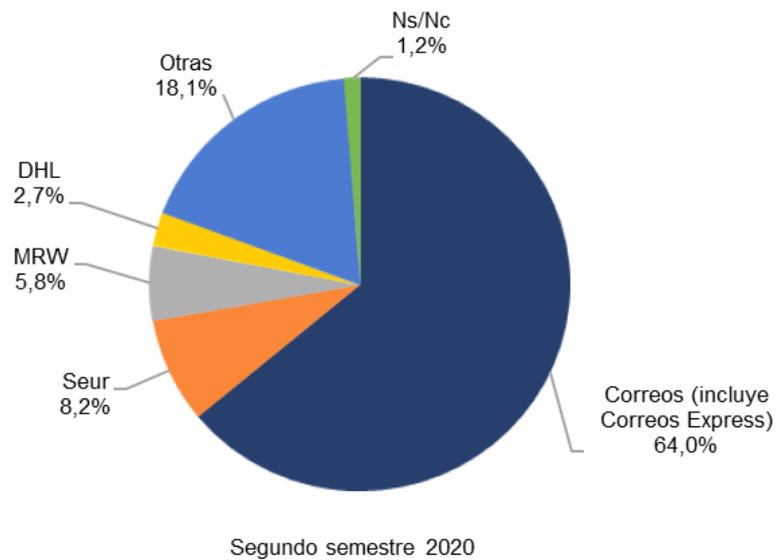
Gráfico 79. Porcentaje de personas que enviaron o recibieron paquetes en los seis meses anteriores sin origen en una compra online (2º semestre 2020).



Fuente: Panel de hogares de la CNMC.

Solo uno de cada diez encuestados envió un paquete a lo largo del segundo semestre, para lo cual eligió mayoritariamente a Correos, el 64,0%⁴⁵, 6,6 p.p. menos que en el año anterior. Los dos siguientes operadores postales que más paquetes postales gestionaron de los particulares fueron Seur, con un 8,2%, y MRW, con un 5,8%.

Gráfico 80. Empresa con la que los particulares realizaron el envío del último paquete en los seis meses anteriores (2º semestre 2020).

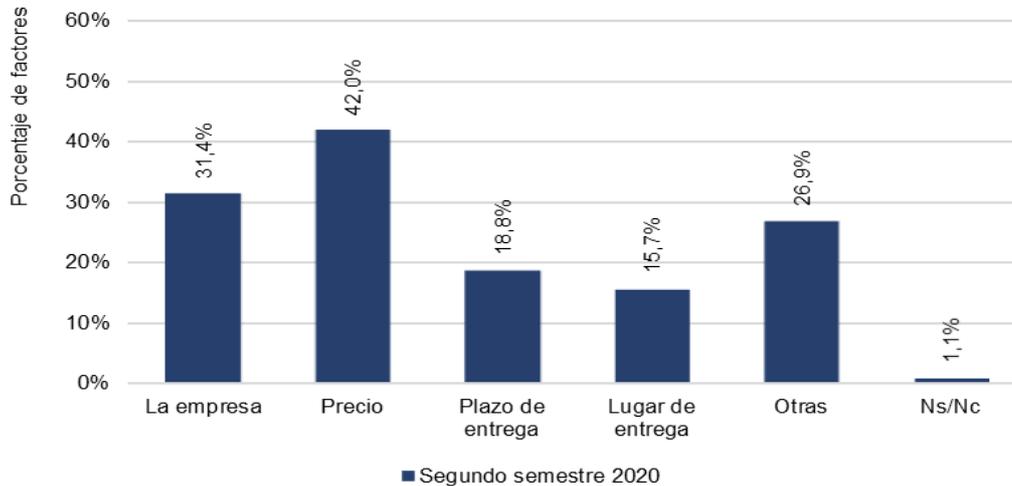


Fuente: Panel de hogares de la CNMC.

De entre los factores determinantes en la elección de operador postal crecen en importancia los plazos de entrega (18,8% en 2020 vs 14,7% en 2019) pero sigue siendo el precio el prioritario. Pierde relevancia la marca y se mantiene la relevancia de la elección del lugar de entrega.

⁴⁵ Este dato incluye tanto los paquetes enviados a través de Correos como los enviados a través de Correos Express.

Gráfico 81. 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 (2º semestre 2020).

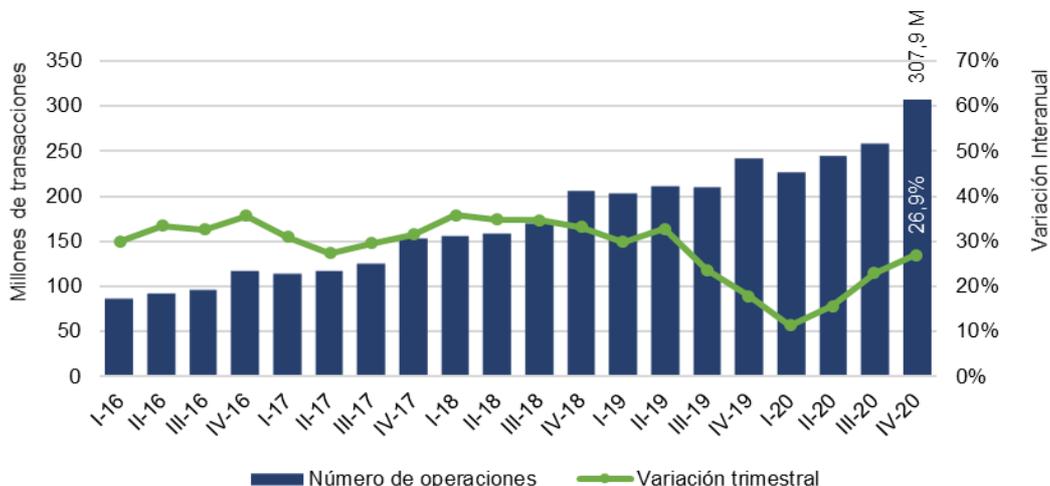


Fuente: Panel de hogares de la CNMC.

6.2. Comercio electrónico

La prestación de servicios de paquetería está vinculada al desarrollo del comercio electrónico. Durante 2020, este último ha crecido de nuevo en número de transacciones hasta los 307,9 millones en el cuarto trimestre, con un crecimiento interanual del 26,9%.

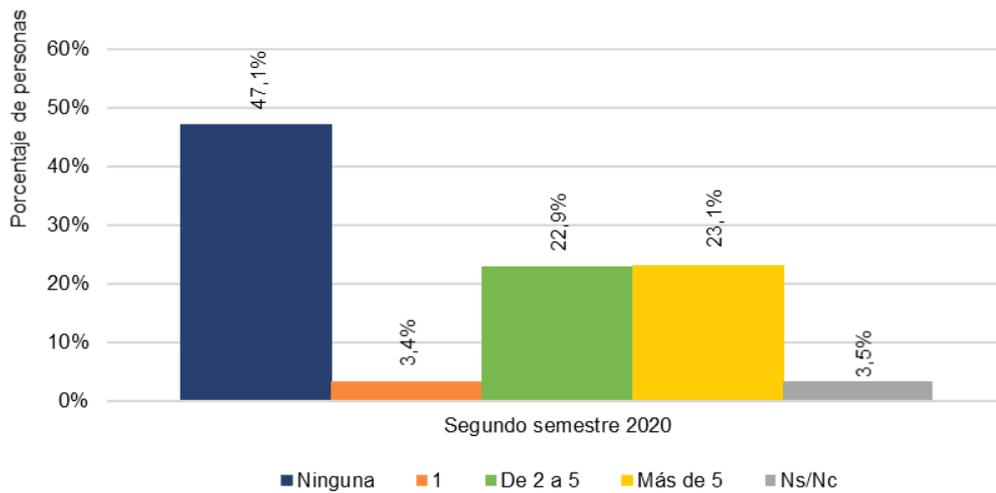
Gráfico 82. Evolución trimestral del número de transacciones del comercio electrónico (2016-2020).



Fuente: Estadísticas CNMC.

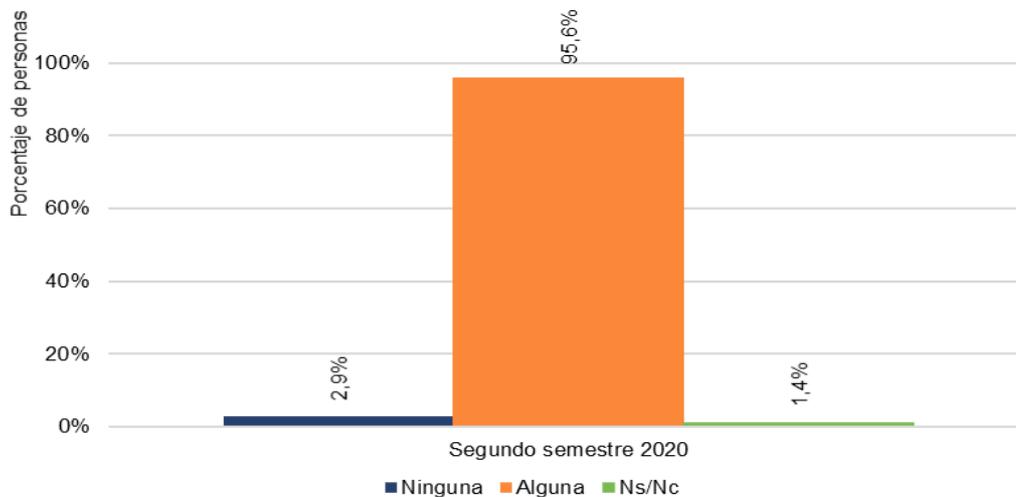
El crecimiento en intensidad de las compras por Internet se refleja igualmente en el aumento del porcentaje de personas que informó haber realizado alguna transacción por esta vía. Así, según datos del Panel de Hogares, el 49,4% de las personas encuestadas en el segundo semestre de 2020 dijo haber realizado alguna compra en Internet en los seis meses anteriores, un 5,6 p.p. más que el año pasado. Prácticamente la totalidad de estas operaciones (95,6%) se tradujo en la recepción posterior de un paquete.

Gráfico 83. Porcentaje de personas que realizaron compras en Internet en los seis meses anteriores (2º semestre 2020).



Fuente: Panel de hogares de la CNMC.

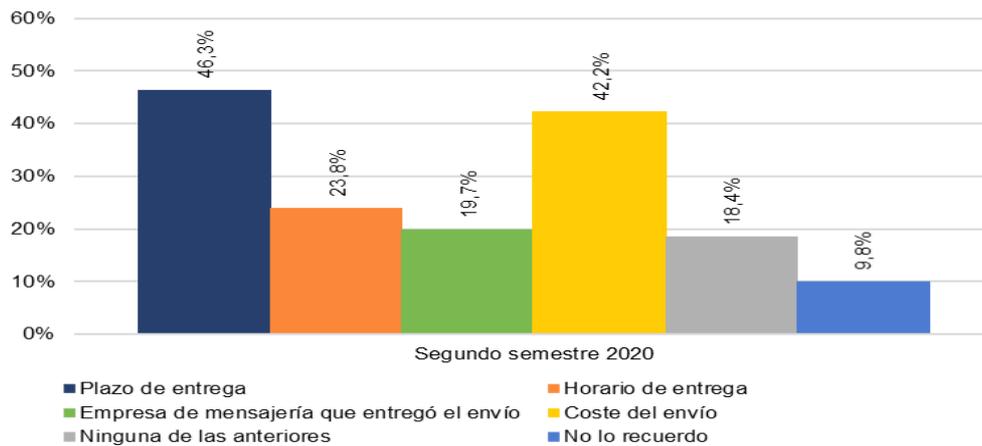
Gráfico 84. Porcentaje de personas que realizaron compras online que suponen recepción de un paquete en los seis meses anteriores (2º semestre 2020).



Fuente: Panel de hogares de la CNMC.

En este tipo de envíos, solo en uno de cada cinco casos se ofrecía la posibilidad de elegir la empresa de mensajería que realizaría el envío. Las opciones de selección del horario de entrega tampoco fueron habituales (solo en el 23,8% de los casos). Por el contrario, casi en la mitad de las ocasiones se daba a elegir el plazo de entrega o el coste del envío.

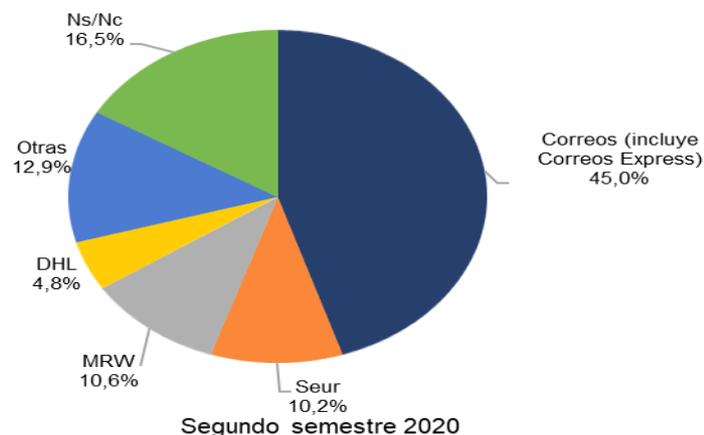
Gráfico 85. Opciones disponibles para el comprador en la recepción de paquetes asociados a compras online en los seis meses anteriores (2º semestre 2020).



Fuente: Panel de hogares de la CNMC.

Correos y Correos Express resultaron ser los operadores con más presencia en las entregas de envíos de comercio electrónico. El 45,0% de los encuestados en el segundo semestre de 2020, 5 p.p. menos que el año anterior, afirmaron haber recibido paquetes de estas empresas en los seis meses anteriores.

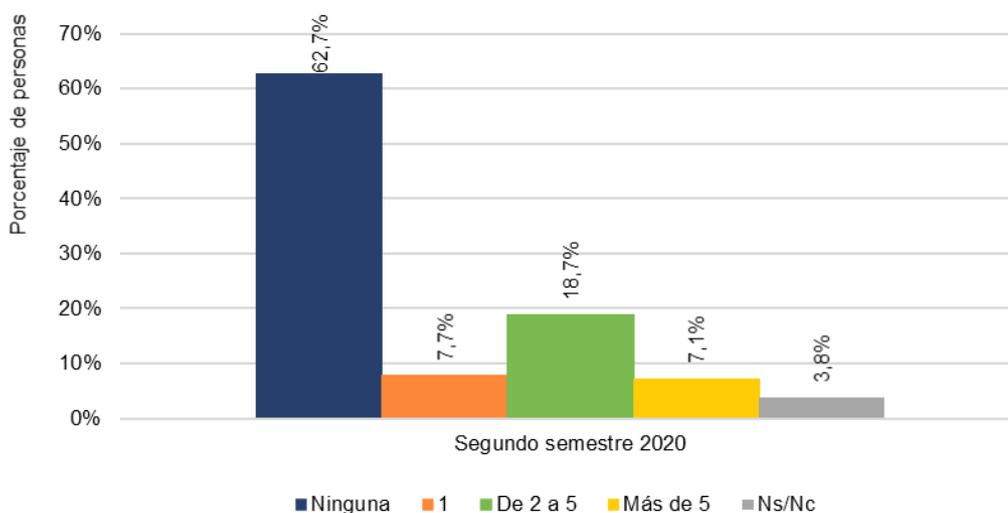
Gráfico 86. Operador que repartió el último envío de comercio electrónico recibido por particulares que han hecho alguna compra online en los seis meses anteriores (2º semestre 2020).



Fuente: Panel de hogares de la CNMC.

Otra forma de que lleguen al destinatario las compras que ha realizado en Internet es a través del producto carta. Al igual que en 2019, un tercio de los encuestados en el segundo semestre de 2020 indicaron que en los seis meses anteriores habían recibido una o más cartas que contenían objetos comprados en Internet.

Gráfico 87. Porcentaje de personas que recibieron cartas que contuvieran objetos comprados online en los seis meses anteriores (2º semestre 2020).



Fuente: Panel de hogares de la CNMC.

Un año más, los datos disponibles no reflejan cambios sustanciales en el modo de consumo de los servicios postales. La demanda se concentra en los emisores personas jurídicas los cuales, no obstante, progresivamente van sustituyendo este servicio por las comunicaciones electrónicas.

La recepción y envío de cartas o paquetes por particulares es escasa, como lo son las visitas a las oficinas. La recepción de envíos en éstas podría vincularse al comercio electrónico que impulsa la prestación de servicios de paquetería, donde las principales opciones abiertas a la elección del receptor son las relativas al coste del servicio y al plazo de la entrega.

Tabla 10. Principales magnitudes indicadores del uso de los servicios postales y comercio electrónico (2º semestre 2020)

| Indicador | | 2º 2020 | Δ 2º 2019/2º 2020 |
|---------------------------|-------------------------------|---------|-------------------|
| Recepción correspondencia | Ninguna carta particular | 75,0% | +0,7 p.p. |
| | Ninguna carta empresa | 38,8% | +3,0 p.p. |
| | Ninguna notificación | 53,6% | -1,0 p.p. |
| Visitas oficinas | Ninguna visita | 57,4% | +2,8 p.p. |
| | Motivo enviar cartas | 39,4% | +1,5 p.p. |
| | Motivo recoger envíos | 65,5% | -1,5 p.p. |
| Recepción paquetería | Ningún p. particular enviado | 87,4% | -2,0 p.p. |
| | Ningún p. particular recibido | 82,9% | -2,7 p.p. |
| | Correos reparto particular | 64,0% | -6,6 p.p. |
| Comercio electrónico | Número transacciones | 307,9 M | +26,9 % |
| | Alguna compra online | 49,4% | +5,6 p.p. |
| | Correos reparto online | 45,0% | -5,1 p.p. |

*p.p.: Puntos porcentuales

Fuente: Panel de hogares y Estadísticas de la CNMC.

7. CONCLUSIONES

A continuación, figuran las principales conclusiones que se pueden extraer de los apartados anteriores:

- En 2020 ha continuado la tendencia de los últimos años al aumento del número de operadores postales inscritos en el Registro postal. El año acabó con un total de 1.966. A diferencia de ejercicios pasados, cuando los aumentos solo se producían en la sección A, también la sección B ha visto aumentar el número de operadores registrados. Aunque por solo tres operadores, la Comunidad de Madrid ha pasado a ser la que más inscripciones tiene en el Registro postal, superando a Cataluña. La forma de organización mayoritaria sigue siendo la de la red de franquicias puesto que el 63,6% de los operadores declararon pertenecer a una de esas redes. MRW es la red que contó con un mayor número de empresas inscritas. GLS ha pasado a ser la segunda red por este concepto.
- Por comparación con los otros países de la Unión Europea, y para datos del año 2019, en España se contaba con más oficinas en la red del operador responsable de la prestación del SPU por habitante que la media europea. Sin embargo, los envíos de correspondencia por habitante fueron menores al promedio de envíos por persona en la Unión Europea, con los precios de la carta ordinaria nacional hasta 20 gramos y de la carta ordinaria intra europea igualmente inferiores al promedio de la UE-27. Por otro lado, España se mantuvo por encima de la media UE-27 en

habitantes por número de empleados del operador designado para la prestación del SPU como en años anteriores.

- En comparación con el conjunto del sector servicios, las actividades postales y de correos presentaron una mejor evolución de su índice de cifra de negocios. Mientras en el sector servicios la cifra de negocios disminuyó un -10,6% en el año 2020, en consonancia con la contracción general de la actividad económica, las actividades postales y de correos aumentaron un 5,7%, manteniendo la tendencia positiva de los dos últimos años. En el índice de ocupación el comportamiento fue negativo en el sector servicios en general, lo que contrastó con la casi estabilidad del índice de ocupación en el sector postal. Los precios se mantuvieron estables en 2020 en las actividades postales, desmarcándose de los aumentos de los últimos cinco años.
- El mercado postal español en el año 2020 generó 5.782,5 millones de euros de ingresos y gestionó 2.556,5 millones de envíos. El 80,0% de los ingresos correspondieron al segmento CEP mientras que el 73,3% de los envíos tuvieron origen en el segmento SPT.

El sector postal tradicional alcanzó en 2020 los 1.159,1 millones de euros asociados a 1.874,4 millones de envíos, con un ingreso unitario que aumentó un 8,7% hasta los 0,62 euros. Sigue siendo un sector que decrece año a año con una caída en 2020 del -16,1% en el caso de los ingresos, y del -22,8% en el número de envíos. Los productos más importantes son la carta y la tarjeta postal ordinaria con 79,9% del total, y el flujo nacional se mantiene como el más habitual al representar el 92,5% del total de flujos en 2020.

El segmento de mensajería y paquetería en el año 2020 mantuvo los ascensos de años anteriores e incluso los acentuó al crecer un 17,6% los ingresos y un 26,6% los envíos. El año acabó con 4.623,5 millones de euros en ingresos y 682,1 millones de envíos, con un ingreso unitario que cayó un -7,1% hasta los 6,78 euros. El segmento sigue siendo netamente nacional y el producto más demandado es el paquete de un peso inferior a los 2 kilos.

- El efecto de la pandemia por COVID-19 ha sido en 2020 muy desigual en el mercado postal español. Mientras que el efecto ha sido negativo en el segmento SPT, en el segmento CEP ha supuesto importantes incrementos en ingresos y envíos.

En el segmento SPT, las caídas de actividad comenzaron a notarse desde el primer trimestre de 2020, siendo máximas en el segundo (con descensos superiores o en el entorno del 35% interanual). Las caídas se moderaron en el último semestre, recuperándose tanto los ingresos como

los envíos pero sin llegar en ningún caso a los niveles del año anterior. Se aprecia una mejor evolución en los operadores distintos a Correos y un impacto en el empleo total negativo pero más moderado en comparación con los bruscos descensos del volumen y valor de los flujos.

Por el contrario, en el segmento CEP hubo incremento de ingresos y envíos en todos los trimestres del 2020. Ya en el primero se registraron aumentos, que se aceleraron progresivamente a lo largo del año, culminando con tasas de crecimiento interanual en el entorno del 20% en el caso de los ingresos, y superiores al 30% en el caso de los envíos. Todas las tipologías de operadores se benefician del incremento de la actividad, el cual se produce con un nivel de empleo que varía solo modestamente respecto del año anterior.

- Desde el punto de vista de la demanda de los servicios postales, la disminución de volúmenes de productos postales tradicionales explica que las tres cuartas partes de los encuestados en el Panel de hogares de la CNMC respondiera que no había recibido/enviado ninguna carta de/a un particular. Los envíos que mantienen cierto volumen en los productos postales tradicionales son las cartas de empresas o suministradores de servicios y las notificaciones administrativas. El otro producto fundamental del mercado postal, la paquetería, sí tiene volúmenes ascendentes originados en buena medida por el constante crecimiento del comercio electrónico. El uso de las oficinas postales mantiene su tendencia pasada y se asocia fundamentalmente con el envío y recogida de productos postales.

ANEXO I. FUENTES DE INFORMACIÓN

- Registro postal:
 - o <https://www.mitma.gob.es/el-ministerio/servicios-postales/registro-general-de-empresas-prestadoras-de-servicios-postales>.
 - o https://www.mitma.gob.es/recursos_mfom/comodin/recursos/memoria_registro_g._empresas_postales_2020.pdf.
- Comisión Europea:
 - o https://ec.europa.eu/growth/sectors/postal-services/statistics_en.
- INE:
 - o <http://www.ine.es>
 - o http://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736177032&menu=ultiDatos&idp=1254735976614.
 - o <https://www.ine.es/jaxiT3/Tabla.htm?t=22346&L=0>.
 - o <http://www.ine.es/jaxiT3/Tabla.htm?t=25893&L=0>.
 - o <https://www.ine.es/jaxiT3/Tabla.htm?t=25895&L=0>.
- CNMC Sócrates:
 - o <https://socrates.cnmc.es>.
- CNMC Data:
 - o <http://data.cnmc.es>.

ANEXO II. LISTADO DE LOS PRINCIPALES OPERADORES DEL MERCADO POSTAL

| NUM | DENOMINACIÓN |
|-----|--|
| 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 | HISPAPOST S.A. |
| 15 | ICS MENSAJERIA LOCAL S.L. |
| 16 | INTERNATIONAL MAIL (SPAIN), S.L. |
| 17 | ONTIME TRANSPORTE Y LOGISTICA SL. |
| 18 | RAPID EXPRESS COURIER, S.A. |
| 19 | RECERCA I DESENVOLUPAMENT EMPRESARIAL, S.L. |
| 20 | SENDING TRANSPORTE Y COMUNICACION S.A.U. |
| 21 | SEUR, S.A. |
| 22 | SOCIEDAD ESTATAL CORREOS Y TELEGRAFOS, S.A. |
| 23 | TELEFONICA SERVICIOS INTEGRALES DE DISTRIBUCION, S.A.U. ZELERIS |
| 24 | TNT EXPRESS WORLDWIDE (SPAIN), S.L. |
| 25 | TRANSPORTE INTEGRAL DE PAQUETERIA, S.A. |
| 26 | UNITED PARCEL SERVICE ESPAÑA LTD. Y CIA, SRC (UPS) |

ÍNDICE DE GRÁFICOS

| | |
|--|----|
| Gráfico 1. Evolución del número de operadores postales (2016-2020)..... | 8 |
| Gráfico 2. Distribución geográfica de los operadores postales (2020). | 9 |
| Gráfico 3. Número de oficinas postales de los operadores designados para la prestación del SPU en la UE-27 (2019)..... | 12 |
| Gráfico 4. Número de habitantes por oficina postal de los operadores designados para la prestación del SPU en la UE-27 (2019)..... | 13 |
| Gráfico 5. Número de habitantes por buzón de los operadores designados para la prestación del SPU en la UE-27 (2019)..... | 14 |
| Gráfico 6. Número de empleados de los operadores designados para la prestación del SPU en la UE-27 (2019)..... | 15 |
| Gráfico 7. Número de habitantes por empleado de los operadores designados para la prestación del SPU en la UE-27 (2019)..... | 15 |
| 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-27 (2019). | 16 |
| 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-27 (2019).... | 17 |
| Gráfico 10. Número de envíos de correspondencia nacional y de importación de todos los operadores en la UE-27 (2019)..... | 18 |
| Gráfico 11. Número de envíos de correspondencia nacional de todos los operadores por habitante en la UE-27 (2019). | 19 |
| Gráfico 12. Evolución de los índices de cifra de negocios del sector servicios y las actividades postales y de correos (2018-2020). | 21 |
| Gráfico 13. Evolución de los índices de ocupación del sector servicios y las actividades postales y de correos (2018-2020). | 21 |
| Gráfico 14. Evolución del IPC general nacional y de los servicios postales (2018-2020). | 22 |
| Gráfico 15. Variación de los ingresos en el mercado postal por tipo de envío y año (2018-2020)..... | 24 |
| Gráfico 16. Variación de los envíos en el mercado postal por tipo de envío y año (2018-2020)..... | 24 |
| Gráfico 17. Variación de la cifra de negocios de los operadores del segmento SPT por año y tipo de envío (2018-2020)..... | 27 |
| Gráfico 18. Evolución de la cifra de negocios del Resto de operadores del segmento SPT por año (2018-2020). | 28 |
| Gráfico 19. Evolución de los ingresos, envíos e ingreso unitario del segmento SPT por año (2016-2020)..... | 29 |
| Gráfico 20. Evolución de los ingresos del segmento SPT por trimestre (1T 2019-4T 2020)..... | 30 |
| Gráfico 21. Evolución de los envíos del segmento SPT por trimestre (1T 2019-4T 2020)..... | 30 |
| Gráfico 22. Variación de los ingresos del segmento SPT por año y tipología de operador (2018-2020)..... | 31 |
| Gráfico 23. Variación de los envíos del segmento SPT por año y tipología de operador (2018-2020)..... | 31 |

| | |
|--|----|
| Gráfico 24. Evolución del ingreso unitario del segmento SPT por año y tipo de producto (2016-2020)..... | 32 |
| Gráfico 25. Evolución del ingreso unitario del segmento SPT por año y flujo (2016-2020)..... | 32 |
| Gráfico 26. Distribución de los ingresos y envíos del segmento SPT por año y tipo de producto (2020). | 33 |
| Gráfico 27. Distribución de los ingresos y envíos del segmento SPT por año y flujo (2020). | 33 |
| Gráfico 28. Evolución de los ingresos y envíos nacionales del segmento SPT por trimestre (1T 2019-4T 2020)..... | 34 |
| Gráfico 29. Evolución de los ingresos y envíos de exportación del segmento SPT por trimestre (1T 2019-4T 2020). | 35 |
| Gráfico 30. Evolución de los ingresos y envíos de importación del segmento SPT por trimestre (1T 2019-4T 2020). | 35 |
| Gráfico 31. Concentración (C3) en el segmento SPT por año y los 3 operadores con mayor número de envíos (2016-2020)..... | 36 |
| Gráfico 32. Cuotas de mercado del segmento SPT en envíos totales por año y tipología de operador (2020). | 36 |
| Gráfico 33. Cuotas de mercado del segmento SPT en envíos según producto por año y tipología de operador (2018-2020). | 37 |
| Gráfico 34. Cuotas de mercado del segmento SPT en envíos según flujo por año y tipología de operador (2018-2020). | 38 |
| Gráfico 35. Evolución de los envíos nacionales del segmento SPT por trimestre y tipología de operador (1T 2019-4T 2020)..... | 38 |
| Gráfico 36. Evolución de los envíos de exportación del segmento SPT por trimestre y tipología de operador (1T 2019-4T 2020). | 39 |
| Gráfico 37. Distribución de empleados del segmento SPT por tipología de operador (2020)..... | 40 |
| Gráfico 38. Evolución de los empleados (FTE) del segmento SPT por trimestre (1T 2019-4T 2020). | 41 |
| Gráfico 39. Distribución de vehículos del segmento SPT por tipología de vehículo (2020)..... | 42 |
| Gráfico 40. Variación de la cifra de negocios de los operadores del segmento CEP por año y tipo de envío (2018-2020). | 45 |
| Gráfico 41. Evolución de la cifra de negocios de las redes de transporte urgente de ámbito nacional del segmento CEP por año (2018-2020). | 46 |
| Gráfico 42. Evolución de la cifra de negocios de las integradoras del segmento CEP por año (2018-2020). | 46 |
| Gráfico 43. Evolución de la cifra de negocios de los operadores independientes del segmento CEP por año (2018-2020). | 47 |
| Gráfico 44. Evolución de los ingresos, envíos e ingreso unitario del segmento CEP por año (2016-2020). | 48 |
| Gráfico 45. Evolución de los ingresos del segmento CEP por trimestre (1T 2019-4T 2020)..... | 48 |
| Gráfico 47. Evolución de los envíos del segmento CEP por trimestre (1T 2019-4T 2020)..... | 49 |

| | |
|---|----|
| Gráfico 48. Variación de los ingresos del segmento CEP por año y tipología de operador (2018-2020)..... | 49 |
| Gráfico 49. Variación de los envíos del segmento CEP por año y tipología de operador (2018-2020)..... | 50 |
| Gráfico 50. Evolución del ingreso unitario del segmento CEP por año y tipo de producto (2014-2018)..... | 50 |
| Gráfico 51. Evolución del ingreso unitario del segmento CEP por año y flujo (2016-2020)..... | 51 |
| Gráfico 52. Distribución de los ingresos y envíos del segmento CEP por año y tipo de producto (2020). | 52 |
| Gráfico 53. Distribución de los ingresos y envíos del segmento CEP por año y flujo (2020). | 52 |
| Gráfico 54. Evolución de los ingresos y envíos nacionales del segmento CEP por trimestre (1T 2019-4T 2020)..... | 53 |
| Gráfico 55. Evolución de los ingresos y envíos de exportación del segmento CEP por trimestre (1T 2019-4T 2020). | 54 |
| Gráfico 56. Evolución de los ingresos y envíos de importación del segmento CEP por trimestre (1T 2019-4T 2020). | 54 |
| Gráfico 57. Concentración (C3) en el segmento CEP por año y los tres operadores con mayor número de envíos (2016-2020)..... | 55 |
| Gráfico 58. Cuotas de mercado del segmento CEP en envíos totales por año y tipología de operador (2020). | 55 |
| Gráfico 59. Cuotas de mercado del segmento CEP en envíos según producto por año y tipología de operador (2018-2020). | 56 |
| Gráfico 60. Cuotas de mercado del segmento CEP en envíos según flujo por año y tipología de operador (2018-2020). | 56 |
| Gráfico 61. Evolución de los envíos nacionales del segmento CEP por trimestre y tipología de operador (1T 2019-4T 2020)..... | 57 |
| Gráfico 62. Evolución de los envíos de exportación del segmento CEP por trimestre y tipología de operador (1T 2019-4T 2020)..... | 58 |
| Gráfico 63. Evolución de los envíos de importación del segmento CEP por trimestre y tipología de operador (1T 2019-4T 2020)..... | 58 |
| Gráfico 64. Evolución de los empleados (FTE) del segmento CEP por trimestre (1T 2019-4T 2020). | 59 |
| Gráfico 65. Distribución de vehículos del segmento CEP por tipología de vehículo (2020). | 60 |
| Gráfico 66. Modificación en las condiciones de entrega por el COVID-19 en el segmento SPT (2020). | 62 |
| Gráfico 67. Modificación en las condiciones de entrega por el COVID-19 en el segmento SPT por tipología de operador (2020). | 63 |
| Gráfico 68. Modificación en las condiciones de entrega por el COVID-19 en el segmento CEP (2020)..... | 63 |
| Gráfico 69. Modificación en las condiciones de entrega por el COVID-19 en el segmento CEP por tipología de operador (2020)..... | 64 |
| Gráfico 70. Visitas página web por el COVID-19 (2020). | 65 |

| | |
|---|----|
| Gráfico 71. Quejas y reclamaciones por el COVID-19 en el segmento SPT por tipología de operador (2020). | 65 |
| Gráfico 72. Quejas y reclamaciones por el COVID-19 en el segmento CEP por tipología de operador (2020). | 66 |
| Gráfico 73. Porcentaje de personas que recibieron o enviaron cartas con origen o destino en un particular en los seis meses anteriores (2º semestre 2020)... | 68 |
| Gráfico 74. Porcentaje de personas que recibieron cartas de empresas o suministradores de servicios mensualmente (2º semestre 2020)..... | 69 |
| Gráfico 75. Porcentaje de hogares por tipo de factura recibida (2º semestre 2020). | 69 |
| Gráfico 76. Porcentaje de personas que recibieron notificaciones administrativas en los seis meses anteriores (2º semestre 2020)..... | 70 |
| Gráfico 77. Número de visitas a oficinas postales en los seis meses anteriores (2º semestre 2020). | 70 |
| Gráfico 78. Motivo de la visita a una oficina postal en los seis meses anteriores (2º semestre 2020). | 71 |
| Gráfico 79. Porcentaje de personas que enviaron o recibieron paquetes en los seis meses anteriores sin origen en una compra online (2º semestre 2020). .. | 71 |
| Gráfico 80. Empresa con la que los particulares realizaron el envío del último paquete en los seis meses anteriores (2º semestre 2020). | 72 |
| Gráfico 81. 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 (2º semestre 2020). | 73 |
| Gráfico 82. Evolución trimestral del número de transacciones del comercio electrónico (2016-2020)..... | 73 |
| Gráfico 83. Porcentaje de personas que realizaron compras en Internet en los seis meses anteriores (2º semestre 2020). | 74 |
| Gráfico 84. Porcentaje de personas que realizaron compras online que suponen recepción de un paquete en los seis meses anteriores (2º semestre 2020). ... | 74 |
| Gráfico 85. Opciones disponibles para el comprador en la recepción de paquetes asociados a compras online en los seis meses anteriores (2º semestre 2020). | 75 |
| Gráfico 86. Operador que repartió el último envío de comercio electrónico recibido por particulares que han hecho alguna compra online en los seis meses anteriores (2º semestre 2020). | 75 |
| Gráfico 87. Porcentaje de personas que recibieron cartas que contuvieran objetos comprados online en los seis meses anteriores (2º semestre 2020). .. | 76 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | | |
|-----------|---|----|
| Tabla 1. | Distribución de empresas inscritas por red (2020). | 10 |
| Tabla 2. | Principales indicadores del Registro postal (2020). | 11 |
| Tabla 3. | Principales indicadores del mercado postal en Europa (2019). | 19 |
| Tabla 4. | Principales indicadores de la actividad económica nacional (2020) | 22 |
| Tabla 5. | Principales indicadores del mercado postal (2020) | 25 |
| Tabla 6. | Principales operadores del segmento SPT (2020). | 27 |
| Tabla 7. | Principales indicadores del segmento SPT (2020). | 42 |
| Tabla 8. | Principales operadores del segmento CEP (2020) | 44 |
| Tabla 9. | Principales indicadores del segmento CEP (2020) | 60 |
| Tabla 10. | Principales magnitudes indicadores del uso de los servicios postales y comercio electrónico (2º semestre 2020) | 77 |

