

## La paquetería facturó 6.500 millones de euros, continuando su tendencia creciente impulsada por el comercio electrónico

- Se produjeron más de 1.000 millones de envíos de paquetería y mensajería.
- El informe recoge, por primera vez, los datos de Amazon tras la resolución de la CNMC de 2020 que determinó que es operador postal.
- Las cartas enviadas (1.732 millones) han sido un 7,6% menos que en 2020, habiéndose reducido este mercado a la mitad en los últimos 9 años.
- El número de operadores postales inscritos aumentó un 10%.

**Madrid, 9 de agosto de 2022.-** En 2021 continuó la tendencia a la disminución del segmento postal tradicional (cartas) con 1.731,9 millones de envíos (un 7,6% menos respecto a 2020 y menos de la mitad que en 2013) y 1.253,4 millones de euros de facturación, según los datos del **Informe Anual del Sector Postal 2021**. ([INF/DTSP/008/22](#)).

Por su parte, la paquetería registró un aumento con 1.087,3 millones de envíos y 6.463,3 millones de euros de facturación.

El Registro postal contaba, al final del año 2021, con 2.177 empresas inscritas, un 10% más que un año antes.

El informe incorpora, por primera vez, los datos de Amazon, tras la resolución de la CNMC que determinó que dos empresas del Grupo debían ser consideradas operadores postales ([ver nota de prensa](#) y [STP/DTSP/006/20](#)). La importancia relativa de estas empresas en el total del mercado ha afectado a todas las variaciones anuales, que han de interpretarse teniendo en cuenta esta circunstancia.

Como unas pocas empresas son responsables de la mayor parte de los envíos, el informe anual de la CNMC se elabora con los datos de aquellas empresas inscritas que cuentan con 50 empleados o más y cuya actividad es principalmente postal: son 9 empresas del segmento postal tradicional y 23 empresas de paquetería.

## Cartas y paquetes de hasta 2 kg, los productos más demandados

Los productos con mayor demanda en el segmento postal tradicional fueron las cartas y tarjetas postales ordinarias (casi el 80% del total de envíos de ese

segmento). Mientras que los paquetes preferidos fueron los de menor peso, hasta 2 kg (casi el 70% del total del total de envíos del segmento de paquetería).

### **Cuotas de mercado**

En el segmento postal tradicional el operador público dominó con casi el 90% de la cuota de envíos, pero en el segmento de paquetería esa cuota descendió hasta apenas el 18%.

### **Panel de hogares**

Algo más de tres de cada cuatro particulares encuestados en el último [Panel de hogares de la CNMC](#) (realizado en el segundo semestre de 2021) manifestaron [no haber enviado ni recibido cartas de otros particulares en los seis meses anteriores](#), siendo lo más común la recepción de cartas remitidas por empresas (la mitad de los encuestados) y notificaciones administrativas y judiciales (algo más de uno de cada tres encuestados). Cerca de dos de cada tres encuestados no habían visitado ninguna oficina postal en los seis meses anteriores a la encuesta.

Correos fue la empresa que más utilizaron los encuestados para el envío de sus paquetes. También fue Correos la empresa que más paquetes entregó, aunque solo apenas uno de cada cinco encuestados pudo elegir la empresa para realizar el servicio.

El comercio electrónico generó grandes volúmenes de paquetería. Casi la mitad de los encuestados hicieron alguna compra en Internet, y en casi el 95% de los casos esas compras supusieron la recepción de un paquete. El comercio electrónico vino manteniendo una tendencia al alza, que alcanzó los 334,3 millones de transacciones en el último trimestre de 2021.

[INF/DTSP/008/22](#)