



# ANÁLISIS DEL SECTOR POSTAL Y DEL SECTOR DE LA MENSAJERÍA Y PAQUETERÍA

**1 de diciembre de 2016**

**INF/DTSP/001/16**

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

INTRODUCCIÓN.....	3
I. CARACTERIZACIÓN DEL SECTOR .....	4
Registro General de Empresas Prestadoras de Servicios Postales .....	5
Caracterización y tendencias del mercado .....	8
II. EL SECTOR POSTAL EN EUROPA.....	12
Número de puntos de atención .....	13
Buzones .....	15
Empleo .....	16
Precio medio de la carta.....	18
III. EL SECTOR POSTAL EN LA ACTIVIDAD ECONÓMICA NACIONAL .....	20
IV. EL SECTOR POSTAL EN ESPAÑA.....	25
IV.I. Sector postal tradicional .....	26
IV.I.1. Descripción de la oferta del sector postal tradicional.....	26
IV.I.1.1. Operador público .....	27
La red postal.....	27
Importe neto de la cifra de negocios y actividad postal de la Sociedad Estatal Correos.....	29
Calidad del servicio postal universal .....	30
IV.I.1.2. Operadores privados del sector postal tradicional .....	33
Empresas <i>end to end</i> de ámbito nacional .....	33
Empresas <i>end to end</i> de ámbito regional.....	35
Empresas <i>end to end</i> de ámbito local .....	36
Empresas consolidadoras de ámbito internacional.....	36
IV.I.2. Principales indicadores del sector postal tradicional.....	37
Ingresos del sector postal tradicional .....	37
Envíos del sector postal tradicional.....	39
Recursos del sector postal tradicional.....	41
IV.II. Servicios urgentes y de paquetería – Segmento CEP .....	42
IV.II.1. Descripción de la oferta del segmento CEP .....	42
Integradores .....	43
Redes de transporte urgente de ámbito nacional .....	44
Operadores del sector postal tradicional.....	47
Operadores independientes .....	47
Empresas de transporte industrial.....	47
IV.II.2 Principales indicadores del segmento CEP .....	50
Ingresos del segmento CEP.....	50
Envíos del segmento CEP .....	51
Recursos del segmento CEP .....	55
V. USO DE LOS SERVICIOS POSTALES Y COMERCIO ELECTRÓNICO .....	56
Comercio electrónico.....	61
VI. CONCLUSIONES .....	65
ANEXO .....	67

## INTRODUCCIÓN

El presente informe se elabora en el ejercicio de la función de supervisión y control del correcto funcionamiento del mercado postal, prevista en 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 él se analiza la evolución del mercado postal incluyendo el sector de la mensajería y paquetería, actualizando los principales indicadores de este sector que se recogen en los informes anuales de “Análisis del sector postal y del sector de la mensajería y paquetería” que esta Comisión viene realizando desde hace dos años<sup>1</sup>.

El informe se estructura en cinco apartados en los que se analizan los últimos datos disponibles de las distintas fuentes utilizadas.

En el primer apartado se realiza una caracterización del sector en función de las definiciones normativas y se analiza la evolución del Registro General de Empresas Prestadoras de Servicios Postales (en adelante Registro Postal), que es la base del estudio que se realiza en el apartado IV.

En el segundo apartado se reflejan los principales datos del mercado postal en Europa, analizando la última información publicada por la Comisión Europea referente a los ejercicios 2012, 2013 y 2014.

En el tercer apartado se presentan los principales indicadores macroeconómicos de España comparándolos con los datos del sector postal. Para ello se emplean los últimos datos disponibles del Instituto Nacional de Estadística (INE) que abarcan el periodo 2008-2015 para los Índices de Actividad del Sector Servicios y el periodo 2008-2014 para los indicadores de la Encuesta Anual de Servicios.

A continuación se realiza el análisis de la oferta, mediante el estudio de una muestra seleccionada de empresas del Registro Postal calculando los principales indicadores del sector en el año 2015. La información se estructura en dos subapartados, sector postal tradicional y el sector de la mensajería y paquetería o segmento CEP (Courier Express, Parcel). El intervalo temporal de que se dispone es, en la mayoría de los casos, 2013-2015.

El último apartado se refiere a la demanda del sector, analizando el uso por parte de los consumidores finales de los servicios postales.

---

<sup>1</sup><https://www.cnmc.es/es-es/transportesysectorpostal/an%C3%A1lisisdemercadostransporteypostal.aspx>  
<https://www.cnmc.es/es-es/transportesysectorpostal/sectorpostal/informessectorpostal.aspx>

## I. CARACTERIZACIÓN DEL SECTOR

De acuerdo con el artículo 3 de la Ley 43/2010, de 30 de diciembre, del servicio postal universal, de los derechos de los usuarios y del mercado postal (en adelante Ley Postal) se definen como **servicios postales** “*cualesquiera servicios consistentes en la recogida, la admisión, la clasificación, el transporte, la distribución y la entrega de envíos postales*” y **envío postal** como “*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 sea su peso...Las dimensiones mínimas y máximas de los envíos postales considerados serán las establecidas en las disposiciones pertinentes adoptadas por la Unión Postal Universal*”.

El artículo 4 considera excluidos del ámbito de aplicación de la Ley Postal los servicios realizados en régimen de autoprestación.<sup>2</sup>

Desde el 1 de enero del 2011 (fecha de entrada en vigor de la Ley Postal) la prestación de servicios postales en España está liberalizada, si bien, con la finalidad de garantizar el mantenimiento de un servicio postal de calidad, prestado de forma permanente en todo el territorio nacional y a precios asequibles, la Ley Postal establece tres áreas de servicios postales:

- El servicio postal universal (SPU), que incluye conforme al artículo 21 de la ley, las actividades de recogida, admisión, clasificación, transporte, distribución y entrega de envíos nacionales y transfronterizos en régimen ordinario de cartas y tarjetas postales que contengan comunicaciones escritas en cualquier tipo de soportes de hasta 2 kilogramos de peso y paquetes postales, con o sin valor comercial de hasta 20 kilogramos de peso, incluyendo en ambos casos, la prestación de los servicios accesorios de certificado y valor declarado. El servicio postal universal se encomienda, con las obligaciones que señala la Ley, a la Sociedad Estatal Correos y Telégrafos, S.A. (en adelante Sociedad Estatal Correos) por un plazo de 15 años (operador designado conforme a la disposición adicional primera de la Ley Postal).
- Servicios que cayendo bajo el alcance material del servicio postal universal se prestan en condiciones de libre mercado ajenas a las obligaciones de servicio público que se le imponen al operador

---

<sup>2</sup> El artículo 4 de la Ley Postal señala que “*se entiende que existe régimen de autoprestación cuando la prestación de los servicios postales se efectúe directamente por el propio remitente de los envíos, o bien cuando se realice valiéndose de un tercero que actúe, en exclusiva, para el mismo. En este último caso los servicios prestados al remitente por el tercero deberán comprender la totalidad del proceso postal de recogida, admisión, clasificación, transporte, distribución y entrega de los envíos.*”

designado para la prestación del servicio postal universal. Para la prestación de estos servicios es necesario disponer de una autorización singular.

- Servicios postales no incluidos en el ámbito del servicio postal universal, que pueden ser prestados previa declaración responsable de respeto de los requisitos esenciales.

### **Registro General de Empresas Prestadoras de Servicios Postales**

De acuerdo con lo previsto en el artículo 39 de la Ley Postal, en el Registro Postal han de inscribirse las situaciones administrativas y los datos relativos a los operadores de servicios postales habilitados para prestar estos servicios de acuerdo con lo dispuesto en la citada Ley y en su normativa de desarrollo.

Este Registro, que depende en la actualidad de la Secretaría General Técnica del Ministerio de Fomento<sup>3</sup>, consta de dos secciones:

- En la sección A están inscritos los operadores que prestan servicios postales no incluidos en el ámbito del servicio postal universal, habilitados mediante la presentación de una declaración responsable. En esta sección se encuentran registrados por tanto, aquellos operadores que gestionan envíos de publicidad directa, paquetes de más de 20 kg., envíos urgentes o con valores añadidos (tales como entregas en horas y fechas fijas, seguimiento informatizado, etc.).
- En la sección B están inscritos los operadores que prestan servicios postales incluidos en el ámbito del servicio postal universal, habilitados mediante una autorización administrativa singular. Se trata de aquellos operadores que gestionan cartas hasta 2 kg. de peso y paquetes de menos de 20 kg en régimen ordinario, aunque pueden incluir los valores de certificado o valor declarado.

Los operadores habilitados para prestar todo tipo de servicios postales se encuentran registrados en ambas secciones.

De acuerdo con el Informe Anual 2015 del Registro General de Empresas Prestadoras de Servicios Postales publicado por el Ministerio de Fomento<sup>4</sup>, el número de empresas prestadoras de servicios postales registradas a 31 de

---

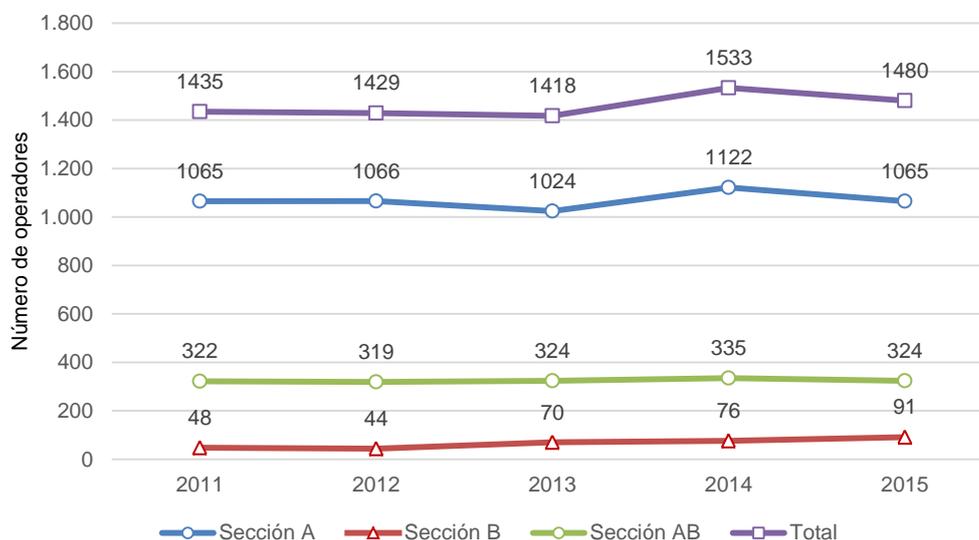
<sup>3</sup> Las competencias para otorgar las autorizaciones, recibir las declaraciones responsables y gestionar el Registro fueron asignadas al Ministerio de Fomento en la Ley 3/2013, de 4 de junio de creación de la CNMC, que gestionó el mismo hasta el 7 de abril de 2015, fecha en que se produjo el traspaso efectivo de esta función al Ministerio, conforme a la Orden PRE/578/2015, de 27 de marzo.

<sup>4</sup><http://www.fomento.gob.es/NR/rdonlyres/A093F7F6-6892-4A39-B893-B081C7A6EAE2/135973/RegistroGeneraldeEmpresasPostalesMemoria2015.pdf>

diciembre de 2015 era de 1.480 de las cuales 1.065 estaban inscritas en la sección A, 91 en la sección B y 324 en ambas secciones.

El gráfico siguiente refleja la evolución de 2011 a 2015, del número de operadores inscritos en el Registro Postal, en cada una de las secciones. Como puede apreciarse, tras el aumento en 2014<sup>5</sup>, el número total de operadores inscritos vuelve a aproximarse al valor medio de los últimos años. Asimismo, se observa una relativa estabilidad en las secciones A y AB, siendo significativo el aumento constante del número de operadores que solo se inscriben en la sección B, si bien estos representan un porcentaje reducido del total de operadores.

**Figura 1. Evolución del número de operadores postales (2011-2015).**



Fuente: Informe Anual 2015 del Registro General de Empresas Prestadoras de Servicios Postales (enero 2016).

Respecto a la distribución por Comunidades Autónomas de los operadores postales registrados, se observa que el mayor número corresponde a Cataluña con 327 operadores (lo que supone un 22,1% de los operadores registrados), seguidos por la Comunidad de Madrid con 266 (18%) y Andalucía con 220 operadores registrados (14,9%).

<sup>5</sup> El elevado número de operadores en el año 2014 se debe a que en este año no se realizaron expedientes de baja por no renovación.

**Figura 2. Distribución geográfica de los operadores postales (2015).**



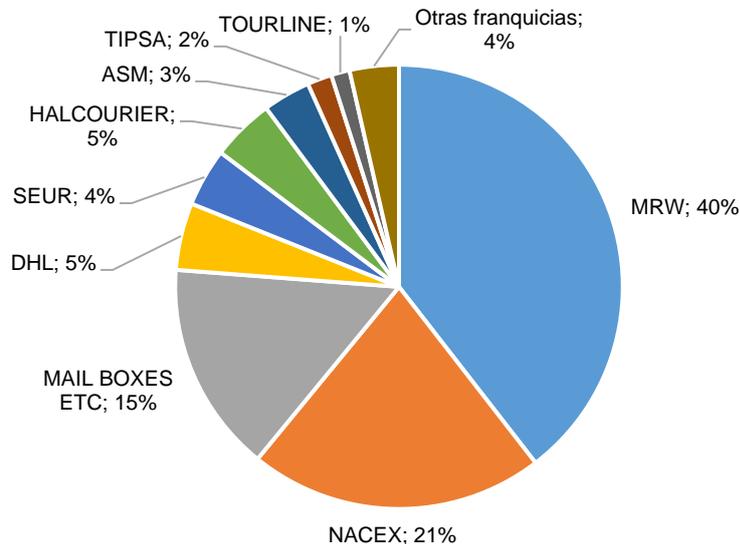
Fuente: Informe Anual 2015 del Registro General de Empresas Prestadoras de Servicios Postales (enero 2016).

Por otro lado, el 69,3% de los operadores postales realiza su actividad en régimen de franquicia u otras vinculaciones similares con grandes empresas que aportan su marca y su imagen comercial. En este punto, existen importantes diferencias entre las características de las empresas inscritas en la sección A y el resto de operadores.

Efectivamente, el 85% de las empresas inscritas en la sección A, declaran pertenecer a alguna red de distribución, mientras en el caso de los operadores inscritos en la sección B o en ambas secciones se reduce al 30%.

En este segundo caso, operadores inscritos en la Sección B o en ambas secciones, el 75% pertenecen a la red de Unipost. En el caso de la sección A, el 40% pertenece a la red de MRW, seguido de Nacex y Mail Boxes Etc.

**Figura 3. Distribución de las empresas inscritas de Sección A según red (2015).**



Fuente: Informe Anual 2015 del Registro General de Empresas Prestadoras de Servicios Postales (enero 2016).

Por la propia definición de los servicios incluidos en cada una de las dos secciones del Registro Postal, se puede establecer una relación entre las mismas y la segmentación de este sector, como a continuación se analiza.

### Caracterización y tendencias del mercado

El mercado postal se puede segmentar en función de las características de los servicios ofertados<sup>6</sup>:

- Sector postal tradicional (en adelante SPT), que incluye principalmente el segmento de la correspondencia. Los envíos característicos de este segmento son las cartas, tarjetas postales y la publicidad directa cuya entrega se realiza a través de casilleros domiciliarios. También se incluyen en este segmento las cartas certificadas y las notificaciones administrativas.
- Segmento Courier Express Parcel (en adelante CEP) o segmento de envíos urgentes y paquetería. La oferta de este sector la forman

<sup>6</sup> Esta misma segmentación del sector es la que hace la Comisión Europea, v.g. "Report from the Commission to the European Parliament and Council on the application of the Postal Services Directive", 17 noviembre de 2015.

principalmente los envíos urgentes, con compromiso de entrega en un plazo determinado y los envíos de paquetería.

La mayoría de las empresas inscritas en la Sección B del Registro Postal o en sus dos secciones A y B, es decir, las empresas que disponen de autorización administrativa singular, ofrecen servicios característicos del sector postal tradicional, dado que todos los servicios incluidos en el ámbito del SPU son envíos característicos de este segmento.

La oferta de servicios de las empresas del segmento CEP la forman principalmente los envíos, tanto documentos como paquetes, con compromiso de entrega en plazo determinado y por tanto con indemnización en caso de retraso, es decir, ofrecen servicios con valor añadido, por lo que, generalmente, estas empresas se inscriben únicamente en la sección A.

Conviene señalar que al contrario de lo que sucede en el sector postal tradicional, la propia evolución del sector de la paquetería hace cada vez más complejo realizar un estudio sobre la paquetería postal, ya que los límites establecidos en la Ley Postal no siempre se pueden aplicar de forma inequívoca a los servicios ofrecidos por estas empresas, ni existe, como se analizará más adelante, ningún código CNAE<sup>7</sup> que identifique de forma clara a este sector.

Efectivamente, cuando el contenido del envío no es una comunicación escrita sino que es una mercancía, la determinación de si ese envío es un envío postal o se trata de una actividad de transporte de mercancías, no está siempre perfectamente delimitada.

Esta dificultad se ve acentuada por la diversificación que en los últimos años se está llevando a cabo, tanto por las empresas que tradicionalmente pertenecían a este sector como por empresas de otros segmentos del mercado de la logística y el transporte, motivada principalmente por el auge del comercio electrónico. Así, operadores que antes ofrecían servicios de transporte industrial de mercancías están posicionándose en la actualidad como empresas de paquetería, en muchos casos motivado por las exigencias de sus clientes, que si bien hace unos años únicamente solicitaban servicios para el transporte de mercancía paletizada entre las fábricas y los centros de distribución comercial, que queda fuera del sector postal, cada vez más, esos mismos clientes, solicitan servicios de distribución de paquetes individuales, obligando a los operadores a ofrecer este tipo de servicios.

Por otro lado, aumenta cada vez más la admisión y entrega, a través de redes de distribución, de productos como son los productos frescos o de temperatura

---

<sup>7</sup> El actual código CNAE, (CNAE-2009) se establece mediante el Real Decreto 475/2007, de 13 de abril, por el que se aprueba la Clasificación Nacional de Actividades Económicas 2009 (CNAE-2009). Es de uso obligatorio para todas aquellas operaciones estadísticas recogidas en el Plan Estadístico Nacional.

controlada, grandes electrodomésticos, etc., que obliga a evolucionar a este sector e introducirse en segmentos del mercado del transporte de mercancías que hace unos años únicamente era realizado por empresas especializadas en ese tipo concreto de transporte<sup>8</sup>.

Este aumento del comercio electrónico, unido a las cada vez mayores exigencias de personalización en la entrega de paquetes por parte de la demanda (tanto en los tramos horarios como en los puntos de recogida), están motivando la búsqueda de nuevas soluciones de los operadores existentes<sup>9</sup> y la aparición de nuevas tipologías de empresas que, si bien no se ajustan completamente a lo que podría ser una empresa postal, sí ofrecen servicios similares que podrían llegar a ser sustitutivos, como por ejemplo:

- Diversas “start ups” de la mensajería instantánea o exprés que basan su negocio en las colaboraciones con empresas de ventas, entre las que se encuentran Paack (empresa pionera en España en la entrega en dos horas para ventas de El Corte Inglés y Media Markt), o Shargo.
- Empresas que realizan la gestión de compra de productos y envíos de paquetes como Glovo o Unplis, plataforma que agrega la mayor parte de comercios locales de proximidad de una gran ciudad, consolida los catálogos y los ofrece a través de una aplicación informática con compromiso de entrega en una hora.
- Empresas de logística de comercio electrónico especializadas en la venta online y entrega de productos de supermercado, como Ulabox.
- Empresas dedicadas a la entrega a domicilio de comida de diferentes restaurantes como Deliveroo o Just Eat.
- O incluso plataformas de economía colaborativa para la paquetería como GOI, que conectan a particulares y profesionales que viajan de un sitio a otro con personas que necesitan enviar y recibir algo.

En todo caso, a pesar de que es posible que desde un punto de vista de mercado se queden fuera del estudio empresas que podrían estar prestando servicios sustitutivos, dado que el objeto de este informe es el análisis del sector postal, la base del mismo no puede ser otra que el Registro Postal, donde todas las empresas que presten servicios postales deben estar inscritas.

---

<sup>8</sup> Por ejemplo el producto de temperatura controlada de Seur (Seur Frío), soluciones específicas para el sector sanitario de los integradores u otros operadores como Nacex (NacexPharma).

<sup>9</sup> En este sentido, cabe destacar el continuo desarrollo de soluciones para la entrega de la paquetería, como el uso de tiendas de proximidad o consignas, como Homepack de Correos o Pudo de Halcourier.

Por otro lado, en las reuniones que se mantuvieron con los operadores del segmento CEP para la elaboración de este estudio, los operadores pusieron de manifiesto algunas tendencias que han ido observando en la evolución de este segmento, motivadas principalmente por el comercio electrónico. Entre ellas, cabe destacar la reducción de los pesos de los envíos, la reducción de los plazos de entrega con entregas en el mismo día e incluso en horas, disminución de precios y márgenes que repercute especialmente en los repartidores, incremento notable de los envíos de importación especialmente desde China y mayor utilización de casilleros de paquetería. Sin embargo, en este último punto hay divergencia de opiniones porque algunos operadores consideran que es difícil que este tipo de entregas tengan éxito en España.

Por último hay que señalar, respecto al sector postal tradicional, que la entrada en vigor de la Ley 39/2015, de 1 de octubre del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas, que establece el derecho y la obligación de relacionarse con las Administraciones Públicas por medios electrónicos, previsiblemente motivará un descenso de las notificaciones administrativas practicadas empleando los medios postales. El artículo 41 de la Ley 39/2015 señala que las notificaciones se practicarán preferentemente por medios electrónicos y, en todo caso, cuando el interesado resulte obligado a recibirlas por esta vía (es el caso de las personas jurídicas).

## II. EL SECTOR POSTAL EN EUROPA

Los datos que a continuación se presentan correspondientes a los ejercicios 2012, 2013 y 2014 son los publicados en el mes de julio de 2016 por la Comisión Europea<sup>10</sup>. La Comisión Europea no publica datos de España relativos al año 2012 y al número de empleados por lo que, en estos casos, se han utilizado los datos publicados por la CNMC en ejercicios anteriores. Los datos sobre población corresponden a los publicados en septiembre de 2016 por EUROSTAT.

Para el cálculo de estos datos, la Comisión Europea remite un cuestionario<sup>11</sup> junto con un glosario de términos<sup>12</sup> a las Autoridades Nacionales de Reglamentación. En dicho cuestionario solicitan datos sobre empleo, número de empresas, ingresos (que se desagregan en ingresos correspondientes a servicios incluidos en el ámbito del servicio postal universal e ingresos de servicios no incluidos en el SPU), envíos (desagregados en el segmento “Letter-post Services” que, de acuerdo con su glosario de términos, equivale a lo que en este informe se ha denominado sector postal tradicional y el segmento “Courier Express and Parcel Services” o mercado CEP) y datos sobre precios, calidad y puntos de acceso de los proveedores del SPU.

Sin embargo, los datos publicados son limitados y se circunscriben a:

- Datos sobre los operadores designados para la prestación del SPU: empleo, puntos de acceso, calidad y precios.
- Datos sobre ingresos y número de envíos del conjunto del mercado postal:
  - o Ingresos del servicio postal universal.
  - o Envíos del sector postal tradicional (Letter-post Services).

Debido a la dificultad que conlleva el cálculo de los datos referentes al segmento CEP motivado por la heterogeneidad del mercado, la Comisión no publica ningún dato sobre el mismo.

En consecuencia, en este apartado se realiza una comparativa de la red de los operadores designados para la prestación del SPU (en adelante operadores designados) de los 28 países de la Unión Europea así como el número de envíos gestionados en el mercado postal europeo, incluyendo en este último indicador no solo al operador designado sino también a los demás operadores.

Por limitaciones de comparabilidad, en los análisis que se realizan a continuación no se incluyen los datos relativos a calidad de los operadores

---

<sup>10</sup> <http://ec.europa.eu/growth/sectors/postal-services/statistics/>

<sup>11</sup> <http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/17584/attachments/1/translations/>

<sup>12</sup> <http://bookshop.europa.eu/en/glossary-postal-statistics-pbET0415666/>

designados (los objetivos difieren de un país a otro<sup>13</sup>) ni de ingresos del SPU (el ámbito de cada país también es diferente<sup>14</sup>).

### Número de puntos de atención

El número total de puntos de atención, incluyendo los servicios rurales, de los operadores designados en los 28 países analizados (UE-28) ascendió en el año 2014 a 128.007 oficinas, un 10% más que en el ejercicio anterior. Sin embargo, si se excluye Alemania (que de acuerdo con los datos de la CE creció un 92%<sup>15</sup> y desvirtúa la comparativa) el número total de puntos de atención ha decrecido en 1%. La tasa de variación en el caso de España ha sido del -3%.

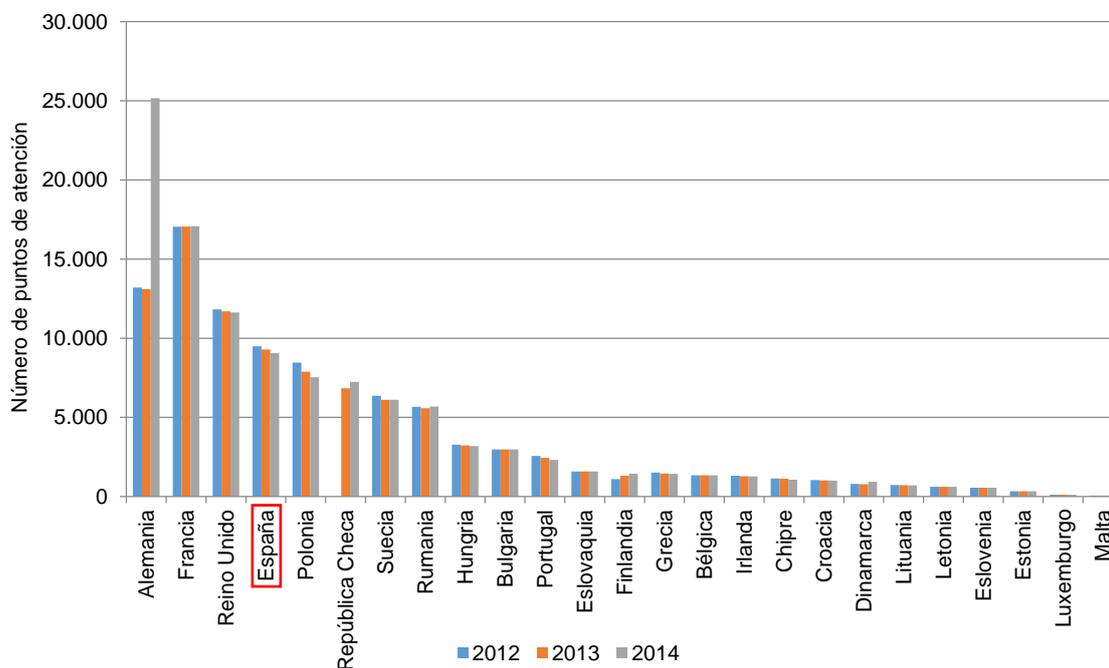
---

<sup>13</sup> Por un lado, la mayoría de los países establecen sus criterios de calidad para la carta prioritaria o de primera clase, mientras en otros países, como en España, no existe distinción entre ambas categorías. Además, algunos países únicamente miden la carta individual mientras en otros países se incluye también la carta de admisión masiva. Por otro lado, existe un amplio abanico de objetivos aunque el indicador mayoritariamente utilizado es el D+1, es decir, entrega al siguiente día laborable. Dentro de este indicador, existen rangos de objetivos que van desde el 80% de Bulgaria, Finlandia y Alemania hasta el 95% en Holanda y Eslovenia. Únicamente, Luxemburgo que fija sus objetivos en D+2 y D+3 y España con objetivos del 93% en D+3 y 99% en D+5, no establecen indicadores en D+1. (Información extraída del informe de grupo de reguladores europeos del sector postal *ERGP (15) 26 – Report on QoS, consumer protection and complaint handling*) (<http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/14703/attachments/1/translations>)

<sup>14</sup> Además de los servicios que, de acuerdo con el artículo 3.4. de la Directiva Postal, deben incluirse dentro del ámbito del SPU (envíos postales hasta 2 kg, paquetes postales hasta 10 kg y servicios de envíos certificados y con valor declarado), algunos países haciendo uso de la previsión contenida en la Directiva amplían este ámbito incluyendo los paquetes hasta 20 kg (como es el caso de España), los libros, publicidad directa, catálogos, publicaciones periódicas e incluso, en Chipre, los envíos de entrega rápida. Asimismo, algunos países han excluido del ámbito del SPU al correo de admisión masiva. (Información extraída del informe de grupo de reguladores europeos del sector postal *ERGP PL (15) 27 – Report on core indicators for monitoring the European postal market*) (<http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/14688/attachments/1/translations> )

<sup>15</sup> Este crecimiento se debe a la implantación en el año 2014 por parte de Deutsche Post DHL de cerca de 12.000 “DHL parcel shops”, es decir, puntos de recogida de paquetes. En estos puntos únicamente se pueden depositar paquetes previamente franqueados y devoluciones. [http://www.dhl.com/en/press/releases/releases\\_2013/group/deutsche\\_post\\_dhl\\_adding\\_20000\\_dhl\\_parcel\\_shops\\_in\\_germany.html#.WC2NGLLhCUk](http://www.dhl.com/en/press/releases/releases_2013/group/deutsche_post_dhl_adding_20000_dhl_parcel_shops_in_germany.html#.WC2NGLLhCUk)

**Figura 4. Número de puntos de atención UE (2012-2014).**

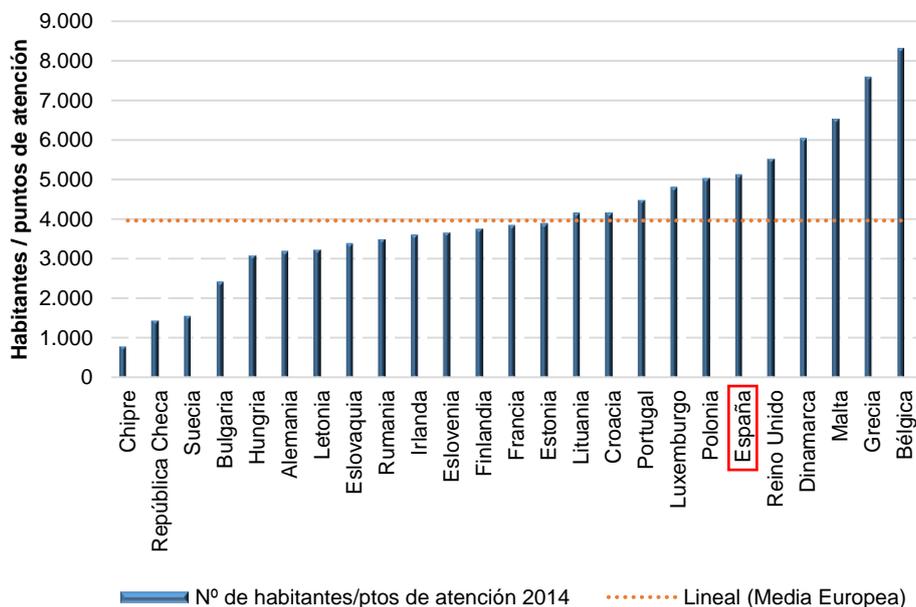


Fuente: Elaboración propia a partir de los datos estadísticos postales de la CE.

Si se calcula el ratio de número de habitantes por punto de atención, España ocupa el sexto lugar<sup>16</sup>, con un punto de atención cada 5.137 habitantes, por encima de la media europea que se sitúa en 3.960 habitantes por cada punto de atención.

<sup>16</sup> No se disponen de datos de Italia, Países Bajos y Austria porque se declaran confidenciales

**Figura 5. Número de habitantes por cada punto de atención (2014).**



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

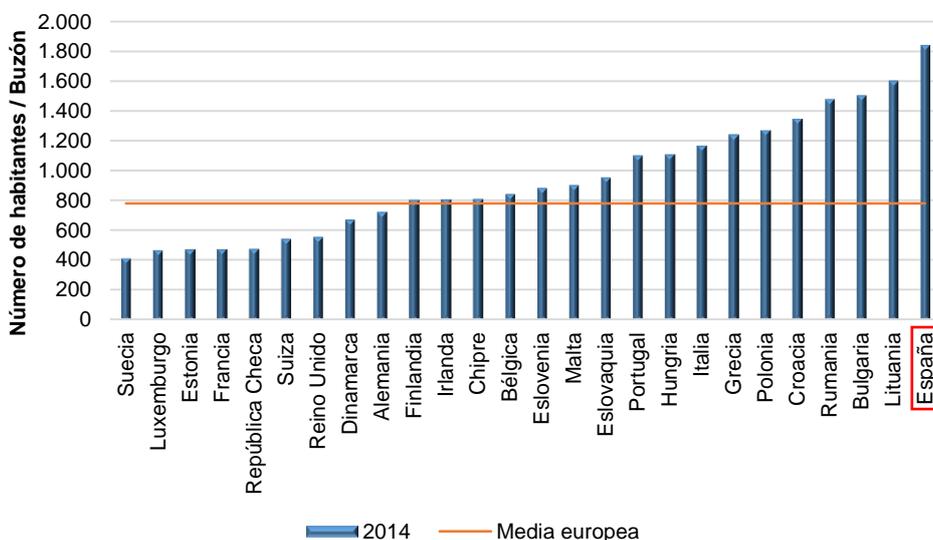
## Buzones

En el año 2014 el número de buzones del conjunto de la UE-28 fue de 650.911, lo que supone un descenso del 2% respecto al año anterior.

En términos relativos, España dispone de la menor red de buzones de toda Europa<sup>17</sup>, ya que existe un buzón por cada 1.843 habitantes. Ello supone más del doble que en la Unión Europea en su conjunto, que dispone de un buzón por cada 779 habitantes.

<sup>17</sup> No se disponen de datos de Países Bajos y Austria porque se declaran confidenciales. Los datos del Reino Unido son estimados.

**Figura 6. Número de habitantes / buzón.**



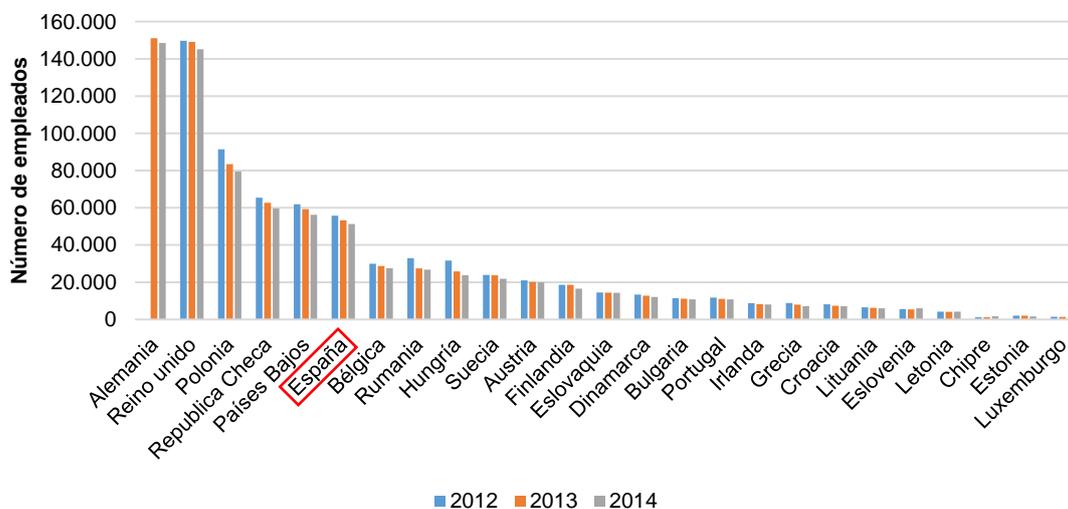
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos estadísticos postales de la CE

## Empleo

El número de empleados de los operadores designados en el ejercicio 2014, ascendió en el conjunto de la UE-28 a 983.044, un 3% menos que en el año anterior. Excepto en los casos de Estonia, Letonia y Chipre, en el resto de países<sup>18</sup> el número de empleados de los operadores designados ha disminuido. En el caso de España, el descenso ha sido también del 3%.

<sup>18</sup> No se disponen de datos de Francia, Italia y Malta porque se declaran confidenciales. Los datos de Austria y Grecia son estimados.

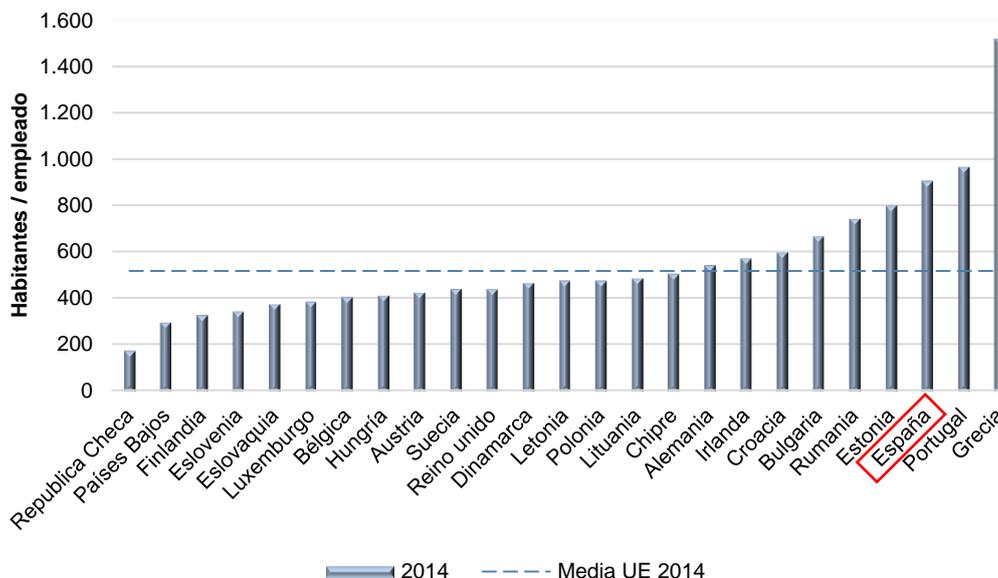
**Figura 7. Empleados de los operadores designados (2012-2014).**



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

En valores relativos, España está a la cola<sup>19</sup> respecto al número de habitantes por empleado. La población atendida por cada empleado es de 907, casi el doble que en conjunto de la UE-28 (516 habitantes por empleado).

**Figura 8. Número de habitantes por empleado de los operadores designados (2014)<sup>20</sup>.**



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

<sup>19</sup> No se disponen de datos de Francia Italia y Malta porque se declaran confidenciales.

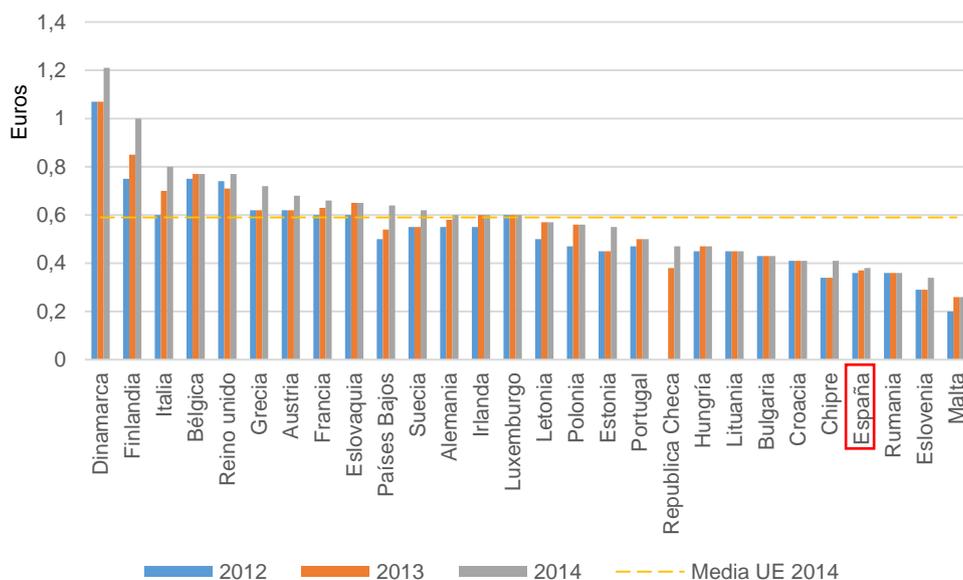
<sup>20</sup> No se disponen de datos de Francia Italia y Malta porque se declaran confidenciales. Los datos de Austria y Grecia son estimados.

### Precio medio de la carta

El precio medio de la carta con origen y destino nacional de menos de 20 gramos en la UE-28 fue en 2014 de 59 céntimos de euro, lo que representa una variación interanual del 7,2% en el período de 2013 a 2014. Todos los países experimentaron un aumento de precios o mantuvieron los mismos en ese último año. En el caso de España, la subida fue del 2,7% situándose el coste del sello en 38 céntimos de euro.

Debe señalarse que la comparación no es siempre homogénea, ya que mientras que en la mayoría de los países existen dos categorías de envíos de correspondencia y los precios indicados corresponden a la modalidad más rápida, en otros países, como es el caso de España, no existe dicha distinción.

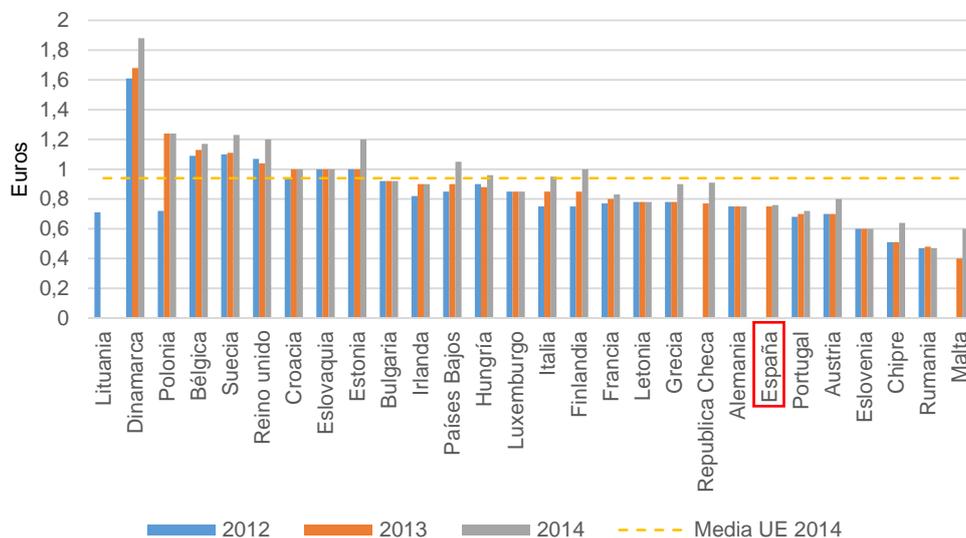
**Figura 9. Precio medio de la carta ordinaria de menos de 20 gramos (2012-2014).**



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

Respecto a los precios intracomunitarios cabe señalar que, en 2014, el precio medio de la UE-28 fue de 94 céntimos de euros, lo que supone un aumento del 9,3%. En España, el precio de la carta ordinaria de menos de 20 gramos con destino Europa en 2014, fue de 59 céntimos de euro, un 1,3% más que el año anterior.

**Figura 10. Precio intra europeo de las cartas de menos de 20 gramos (2012-2014).**

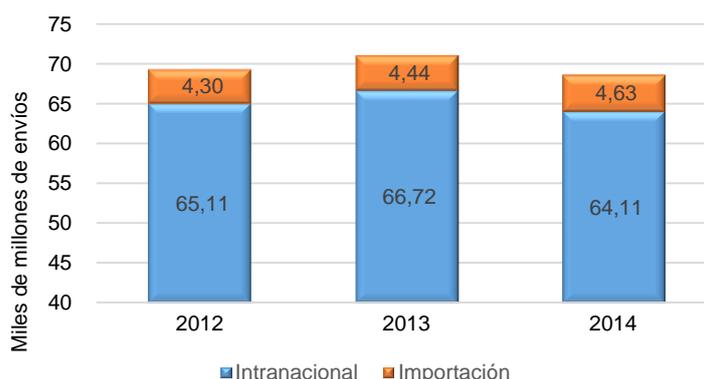


Fuente: Elaboración propia a partir de los datos estadísticos postales de la CE

### Envíos de correspondencia

El total de envíos de correspondencia gestionados en el ejercicio 2014 por la UE-28, excluyendo la exportación, ha sido de 68.736 millones, lo que supone un descenso del 3,4%. Sin embargo, la importación ha crecido un 4,2%. Estos datos incluyen, además de los operadores designados en cada país, al resto de operadores.

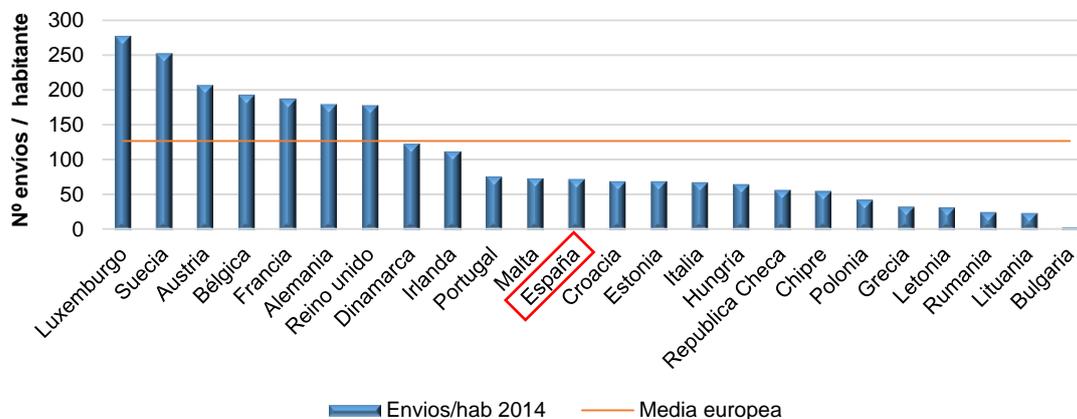
**Figura 11. Número de envíos de correspondencia en la UE (2012-2014).**



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

El índice de utilización en el año 2014 de los servicios de correspondencia en España, en ese mismo año, se situó en 74 envíos de origen y destino nacional por habitante, por debajo de los 126 envíos por habitante de la media europea.

**Figura 12. Número medio de envíos de correspondencia nacional por cada habitante (2014)<sup>21</sup>.**



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos estadísticos postales de la de la CE<sup>22</sup>

### III. EL SECTOR POSTAL EN LA ACTIVIDAD ECONÓMICA NACIONAL

El cálculo de la aportación del sector postal en su conjunto a la actividad económica nacional, tanto en términos de ingresos como de envíos, se realiza con los datos publicados en el Instituto Nacional de Estadística (en adelante INE). Sin embargo, como se ha señalado anteriormente, no existe ninguna división, grupo o clase de la Clasificación Nacional de Actividades Económicas de 2009 (CNAE-2009) que se ajuste completamente al mercado estudiado.

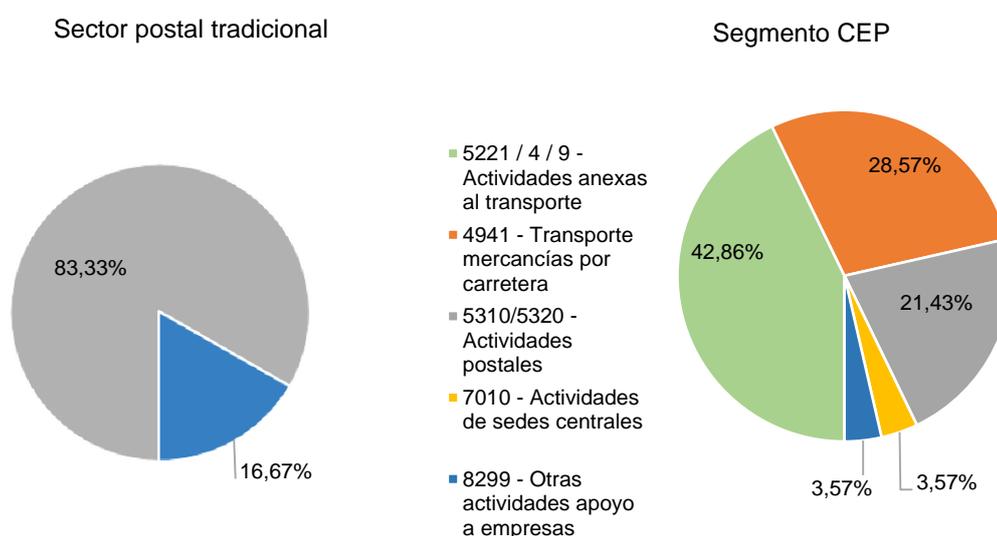
Efectivamente, analizando las clases de la CNAE con los que se clasifican las empresas analizadas en este estudio se puede observar que las empresas que principalmente operan en el sector postal tradicional pertenecen mayoritariamente a la división 53 “Actividades postales y de correos”, mientras que existe una mayor heterogeneidad entre las empresas que operan en el segmento CEP, que corrobora la dificultad existente a la hora de delimitar este sector, calificándose de forma mayoritaria en el grupo 52.2 “Actividades anexas al transporte”<sup>23</sup>.

<sup>21</sup> No se disponen de datos de Países Bajos, Eslovenia, Eslovaquia y Finlandia porque se declaran confidenciales.

<sup>22</sup> El dato relativo al número de envíos de correspondencia nacional de España corresponde al publicado por la CNMC en el informe “Análisis del Sector Postal y del Sector de la Mensajería y Paquetería” de 17 de diciembre de 2015, es decir, 3.425 millones que difiere del dato publicado por la Comisión Europea (3.144 millones).

<sup>23</sup> De acuerdo con la definición del INE, “este grupo comprende las actividades complementarias para el transporte de pasajeros o mercancías, como la explotación de partes de la infraestructura de transporte o las actividades relacionadas con la manipulación de mercancías inmediatamente antes o después o entre segmentos de transporte. Comprende la explotación y el mantenimiento de todas las instalaciones de transporte.”

**Figura 13. Distribución en el año 2015 de las empresas según CNAE-2009.**



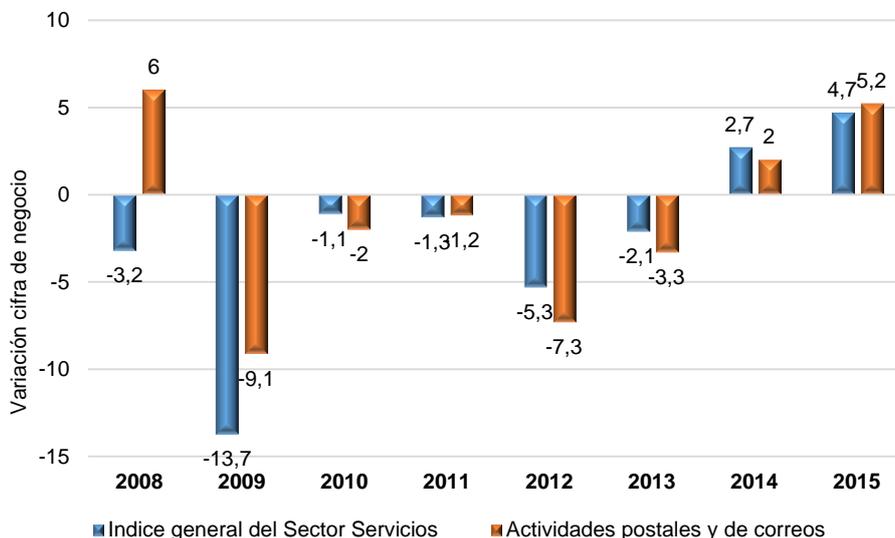
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos aportados por las empresas

El objetivo de este apartado es realizar una comparativa del sector postal a lo largo de los últimos años con los datos de la economía nacional. Para ello se ha optado por analizar únicamente la división 53, ya que es el código más utilizado en las empresas del sector postal tradicional y la única que no incluye otro tipo de actividades. Por tanto, se debe tener en cuenta que los datos de este apartado representan a la casi totalidad del sector postal tradicional y una parte del segmento CEP.

De acuerdo con los Indicadores de Actividad del Sector Servicios (IASS) que publica el INE, los ingresos de la división 53 “Actividades postales y de correos” han crecido en el año 2015 un 5,2%, por encima del conjunto del sector servicios en España<sup>24</sup>. Este crecimiento se viene experimentando en los últimos dos años.

<sup>24</sup> En 2016 el crecimiento de los ingresos hasta junio fue de 3,9% aunque los índices de ocupación siguen bajando (-0,1%)

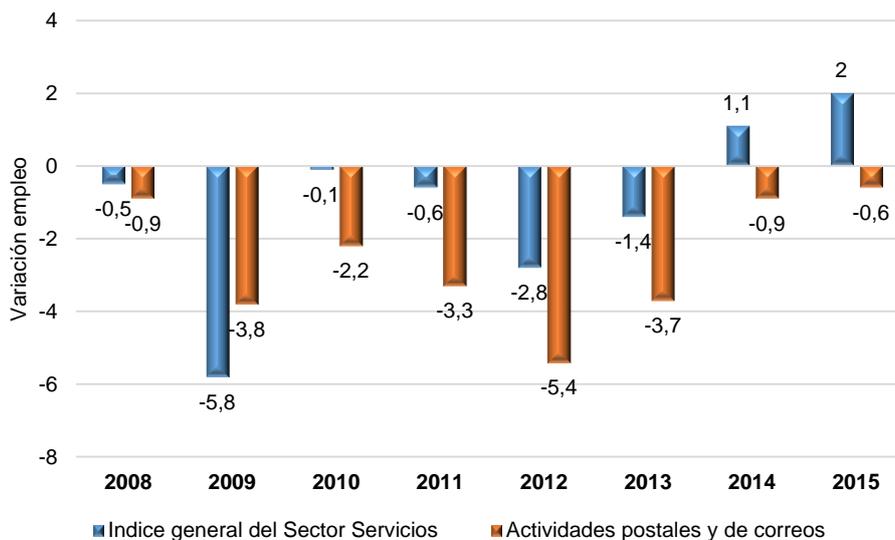
**Figura 14. Índices de cifra de negocios (2008-2015).**



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE.

Sin embargo, respecto al empleo, aunque la tasa de variación del índice de ocupación es menor, la división 53 de “Actividades postales y de correos” presenta valores negativos frente a los datos positivos que está experimentando el conjunto del sector servicios en los últimos dos años.

**Figura 15. Índices de ocupación (2008-2015).**



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE.

Esta misma tendencia se puede apreciar en la evolución de la aportación al PIB de este sector<sup>25</sup>. Aunque para estos indicadores los últimos datos disponibles son los correspondientes al año 2014, los resultados para ese ejercicio de nuevo invierten la tendencia, manteniéndose en 0,19% la aportación de este sector al PIB nacional.

**Figura 16. Aportación del sector postal al PIB español (2008- 2014).**

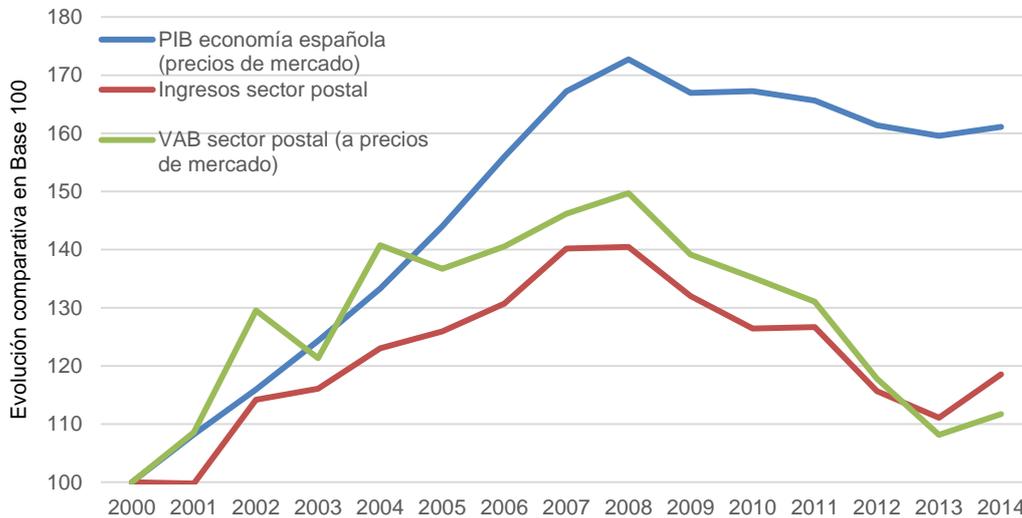


Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE.

El siguiente gráfico compara, en base 100, la evolución de los ingresos generados en el sector postal y el valor añadido bruto a precios de mercado de dicho sector con la evolución del PIB. Los resultados permiten obtener las mismas conclusiones que en los gráficos anteriores, la ruptura, en el año 2014, de la tendencia negativa de los últimos años de los indicadores económicos tanto del sector postal como de la media nacional, observándose un mayor crecimiento de este sector frente al PIB nacional.

<sup>25</sup> VAB sector postal (a precios de mercado). Datos de la Encuesta Anual de Servicios del INE

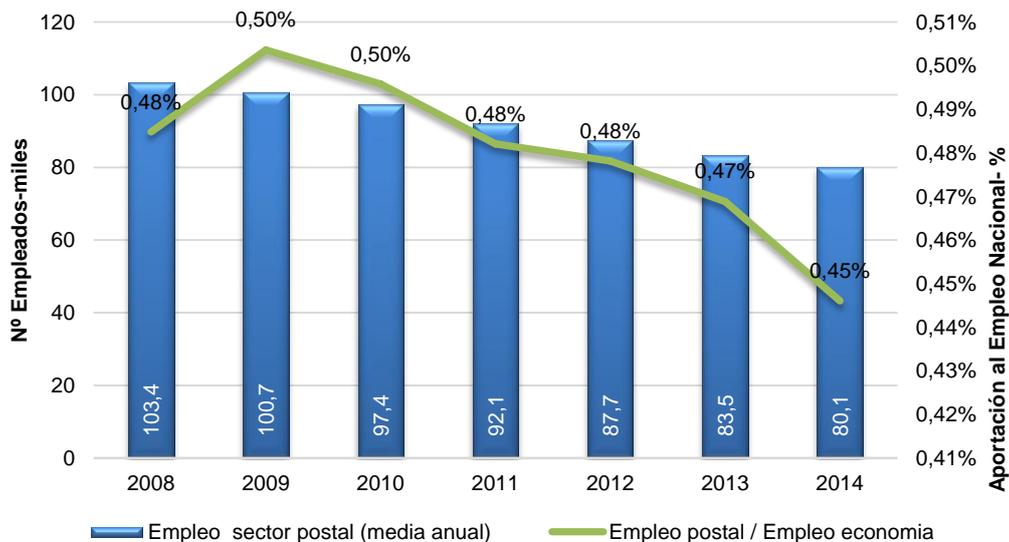
**Figura 17. Evolución comparativa del PIB, VAB sector postal y el volumen de ingresos (2000-2014).**



Fuente: Elaboración propia con datos del INE.

Sin embargo, el número medio de empleados del sector postal sigue experimentando la misma tendencia negativa que en los últimos años, al igual que la aportación del sector postal al empleo nacional cuyo porcentaje en el ejercicio 2014 fue del 0,45%.

**Figura 18. Aportación del sector postal al empleo en España (2008-2014).**



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE.

#### **IV. EL SECTOR POSTAL EN ESPAÑA**

El cálculo de los indicadores de este apartado se ha realizado solicitando información a una muestra de empresas del Registro Postal. Los criterios para la selección de dichas empresas han sido los mismos que los utilizados en los ejercicios anteriores, es decir:

- Sector postal tradicional: empresas con autorización singular cuya facturación por servicios en este sector es mayor a un millón de euros. Para evitar duplicidades en los datos, se excluyen de este análisis las empresas que aun teniendo facturaciones de más de un millón de euros realizan únicamente labores de consolidación en el ámbito nacional, es decir, admiten envíos con origen en España que depositan en otros operadores nacionales, ya que son operadores que no disponen de una red de reparto. Se incluyen las empresas consolidadoras de ámbito internacional, ya que admiten envíos con origen o destino fuera de España, por lo que en ningún caso, estos envíos quedan recogidos en los datos de los otros operadores nacionales.
- Sector de la mensajería y paquetería (segmento CEP): empresas matrices o centrales de las principales redes de mensajería y paquetería y empresas inscritas en la sección A que operan de forma independiente con facturaciones mayores al millón de euros.

En el ejercicio 2015, el número de empresas de ambos segmentos que cumplían dichos requisitos fue de 46 empresas<sup>26</sup>. Con carácter previo a la remisión de los requerimientos de información, durante los meses de abril y mayo de 2016 se celebraron 18 reuniones con los principales operadores con el objeto de conocer en profundidad su operativa, poner de manifiesto las dificultades de los operadores a la hora de suministrar información a la CNMC y resolver dudas.

Como consecuencia de esas reuniones y tras el análisis de la información recibida de las empresas seleccionadas, se descartaron de la muestra a dos empresas por estar especializadas en el sector de la distribución de material sanitario<sup>27</sup> y dos empresas cuya única actividad es el transporte industrial de mercancías.<sup>28</sup>

Por último señalar que, para evitar duplicidades, no se han utilizado los datos de Deutsche Post en el caso del sector postal tradicional ni de Mail Boxes en el de CEP ya que los envíos que gestionan estas empresas son tratados por otros operadores nacionales.

---

<sup>26</sup> En el anexo figura el listado de las empresas.

<sup>27</sup> Viaspeed y World Courier de España

<sup>28</sup> Emdipa y Tranges siglo XXI

## IV.I. Sector postal tradicional

### IV.I.1. Descripción de la oferta del sector postal tradicional

Para poder prestar servicios del sector postal tradicional es imprescindible disponer de una red de alta capilaridad que permita alcanzar todos los domicilios de la zona de reparto. Esto motiva que el reparto se realice, en la mayoría de los casos, por personas que recorren andando la ruta establecida.

Los envíos postales característicos de este segmento son las cartas y tarjetas postales y la publicidad directa, cuya entrega se realiza a través de casilleros domiciliarios. También se incluyen en este segmento las cartas certificadas y las notificaciones administrativas. Estos envíos se caracterizan por no disponer de compromisos individualizados de entrega, sino que los parámetros de calidad se miden como el porcentaje de envíos que se entregan en un plazo.

Se incluyen en este grupo al operador público Sociedad Estatal Correos y a operadores privados con o sin red de reparto.

**Figura 19. Tipología de los operadores postales (2015).**

Tipo	Marca	Nombre
Operador público		Sociedad Estatal Correos y Telégrafos, S.A.
Empresas <i>end to end</i> de ámbito nacional		UNIPOST S.A. Empresas colaboradoras Unipost
Empresas <i>end to end</i> de ámbito regional		AKROPOST SERVICIOS POSTALES DEL PAIS VASCO S.A.
Empresas <i>end to end</i> de ámbito local	Empresas especializadas en notificaciones administrativas	
Empresas consolidadoras de ámbito internacional		ASENDIA S.L.U.
		SPRING GLOBAL MAIL

Fuente: Elaboración propia

En los subapartados siguientes se realiza un análisis de las empresas de este segmento. Cabe señalar que, como se verá en el apartado correspondiente al segmento de la paquetería y mensajería, la participación en este segmento de este tipo de empresas, cuya actividad principal se enmarca dentro del sector postal tradicional, es cada vez mayor. En este primer análisis individualizado de cada tipología de empresa se refleja la totalidad de su actividad, incluyendo el segmento CEP que es proporcionalmente pequeño. Por el contrario, en el apartado referente a las cifras clave del sector postal tradicional, se incluye únicamente la parte de la actividad de estas empresas del sector postal tradicional, trasladando las cifras correspondientes a su actividad CEP al cálculo de las cifras clave del segmento de mensajería y paquetería o

segmento CEP ya que son servicios que reúnen las características de este segmento.

#### **IV.I.1.1. Operador público**

La Ley Postal en su disposición adicional primera establece que la Sociedad Estatal Correos tiene la condición de operador designado por el Estado para prestar el servicio postal universal, por un período de 15 años a partir del 1 enero de 2011, quedando sujeto a las obligaciones que se señalan en la Ley.

Dicha Sociedad Estatal es el principal operador del sector postal tradicional. Pertenece al Grupo Correos, cuyo accionista único es la Sociedad Estatal de Participaciones Industriales (SEPI) y que está compuesta por cuatro empresas: la Sociedad Estatal Correos, Correos Express Paquetería Urgente, S.A., Nexea Gestión Documental, S.A. y Correos Telecom, S.A.

#### **La red postal**

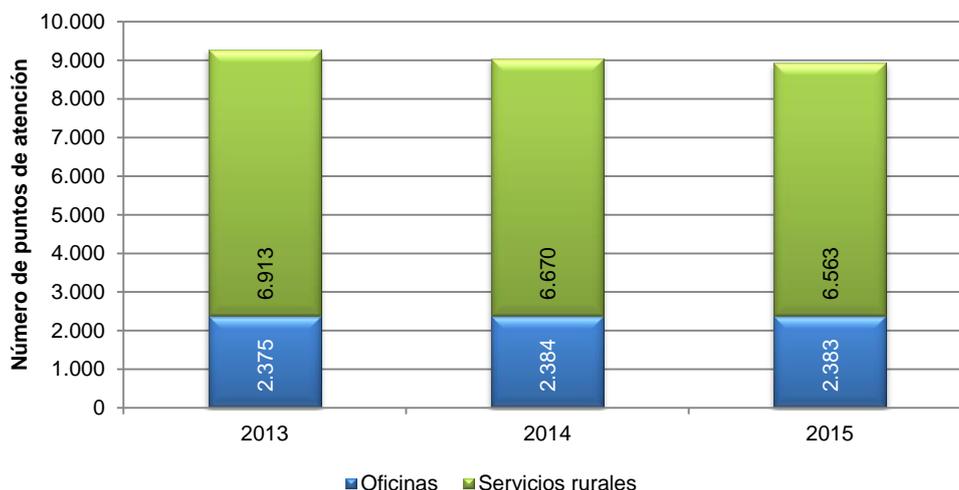
La red postal de la Sociedad Estatal de Correos, como prestador del servicio postal universal, debe alcanzar todos los puntos de distribución del país. De acuerdo con la Memoria del Grupo Correos, Correos entrega diariamente envíos a 25 millones de hogares y a 3 millones de empresas<sup>29</sup>. La red postal se caracteriza, por tanto, por su gran capilaridad y cobertura territorial. Según sus datos, en 2015 contaba con 8.946 puntos de atención (2.383 oficinas multiservicio y 6.563 servicios rurales), 25.163 buzones, 1.815 unidades de reparto, 100 unidades de servicios especiales, 18 centros de tratamiento automatizado postal y de paquetería y 39 unidades y centros de admisión masiva.

Respecto al número de puntos de atención, aunque la tendencia sigue siendo negativa, la tasa de variación ha disminuido respecto al año anterior, manteniéndose el número de oficinas prácticamente igual. Esa evolución está determinada por los servicios rurales, que disminuyeron en un 1,6% (frente a una disminución de más del 3,5% en el ejercicio 2014 respecto al 2013).

---

<sup>29</sup> <http://www.correos.es/COREstaticos/pdf/Informe%20anual%20integrado%202015.pdf>

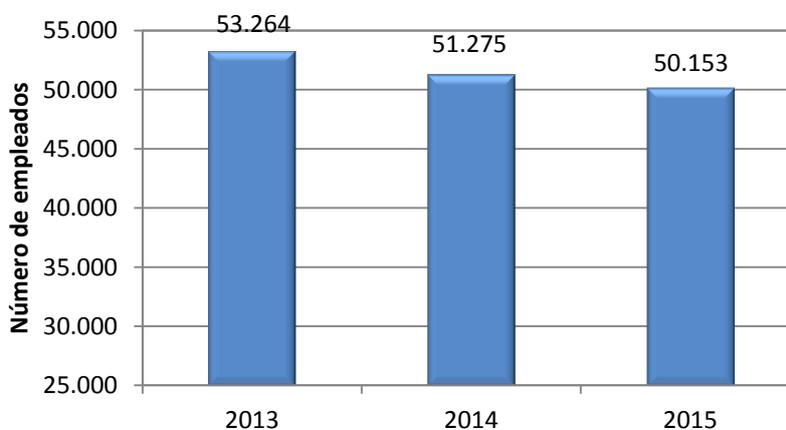
**Figura 20. Evolución del número de puntos de atención de la Sociedad Estatal Correos (2013-2015).**



Fuente: Elaboración propia a partir de datos aportados por la Sociedad Estatal Correos

La misma tendencia se puede observar respecto al número de empleados, que siguen disminuyendo aunque lo hacen a menor ritmo que en años anteriores (una caída de 2 puntos respecto al año anterior frente a caídas de entre 4 y 6 puntos anuales en los últimos cuatro años). El número medio de efectivos en el año 2015 de la Sociedad Estatal Correos ha sido de 50.153. El ratio de carteros respecto a la plantilla total se ha mantenido en el 64%.

**Figura 21. Evolución del número de empleados de la Sociedad Estatal Correos (2013-2015).**



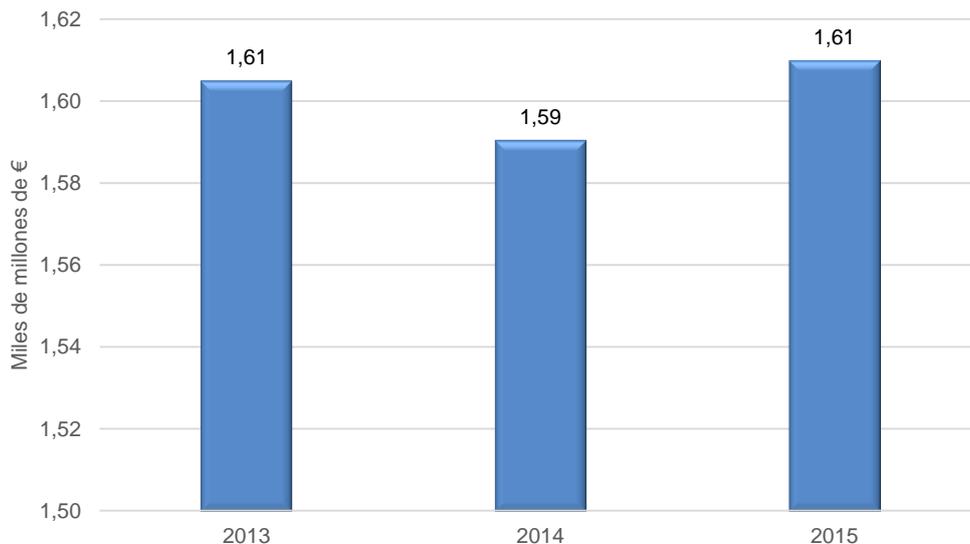
Fuente: Elaboración propia a partir de datos aportados por la Sociedad Estatal Correos

## Importe neto de la cifra de negocios y actividad postal de la Sociedad Estatal Correos

Después de 6 años consecutivos de tasas de variación negativas del importe neto de la cifra de negocios de la Sociedad Estatal Correos, el ejercicio 2015 presenta un crecimiento del 1,2%, alcanzando un total de 1.614 millones de euros frente a los 1.590 millones de euros del año 2014.

Sin embargo esta diferencia de casi 24 millones de euros entre los dos ejercicios se debe exclusivamente a unos mayores ingresos por los procesos electorales (en el ejercicio 2015 la Sociedad Estatal Correos ingresó casi 60 millones más por este concepto), mientras el resto de los ingresos, en su conjunto, disminuyeron.

**Figura 22. Evolución del importe de la cifra de negocios de la Sociedad Estatal Correos (2013-2015).**



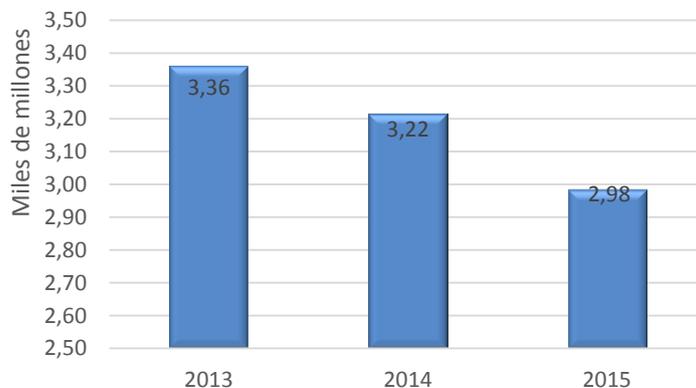
Fuente: Elaboración propia a partir de datos aportados por la Sociedad Estatal Correos

Respecto a los envíos, sin tener en cuenta los procesos electorales<sup>30</sup>, siguen disminuyendo con una tasa de variación negativa del 7%. Tal y como señala el operador en su informe de gestión de las cuentas anuales del 2015, el volumen de objetos desciende de forma generalizada en todos los productos, como por ejemplo, postal tradicional, certificados y publicaciones, con la excepción de la paquetería nacional y el marketing y publicidad.

---

<sup>30</sup> Los envíos electorales han ascendido en el año 2015 a 432 millones.

**Figura 23. Evolución envíos de la Sociedad Estatal Correos (2013-2015).**



Fuente: Elaboración propia a partir de datos aportados por la Sociedad Estatal Correos

### **Calidad del servicio postal universal**

La CNMC, en cumplimiento de lo establecido en el apartado 5 del artículo 8 de su Ley de creación, lleva a cabo el control y medición de las condiciones de prestación del servicio postal universal por parte de la Sociedad Estatal Correos como operador designado.

Como hizo público esta Sala de Supervisión Regulatoria en su informe del 28 de julio de 2016, sobre el control y medición de los indicadores de calidad del servicio postal universal correspondientes al ejercicio 2015<sup>31</sup>, el 92,97% de cartas ordinarias se entregaron en tres días o menos y el 97,95% en cinco o menos, lo que supuso un incumplimiento de los objetivos legamente previstos de 0,03 puntos porcentuales en el primer caso y de 1,05 puntos porcentuales en el segundo. Los resultados fueron inferiores a los obtenidos en los ejercicios 2013 y 2014.

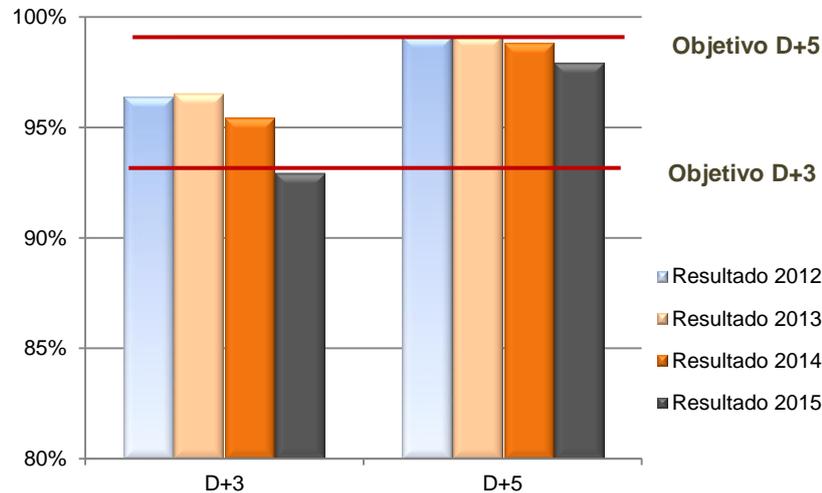
En el caso del paquete postal de menos de 20 kg (paquete azul), en 2015 el porcentaje de envíos entregados en D+3 fue del 77,42%, bajando 2,67 puntos porcentuales respecto al ejercicio anterior y el porcentaje de envíos entregados en D+5 fue del 88,52% lo que supuso una mejoría respecto a 2014.

---

31

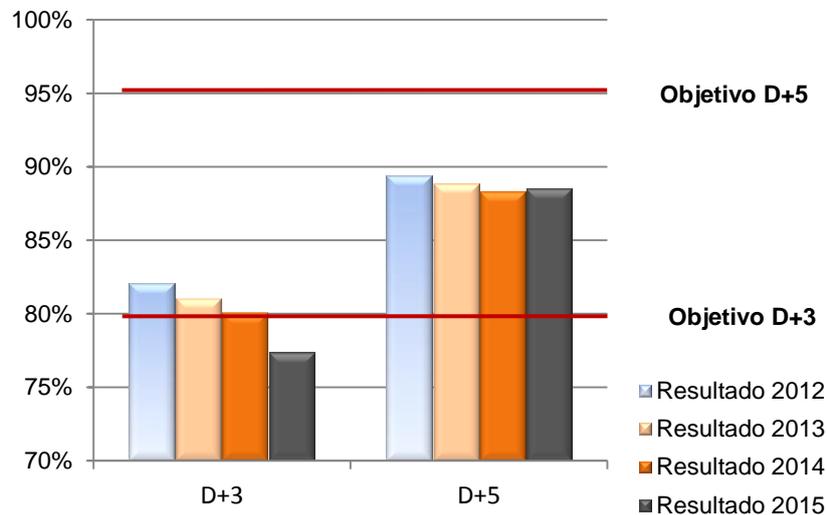
[https://www.cnmc.es/Portals/0/Ficheros/postal/informes/20160801Informe%20calidad%20SPU\\_STP\\_DTSP\\_0.pdf](https://www.cnmc.es/Portals/0/Ficheros/postal/informes/20160801Informe%20calidad%20SPU_STP_DTSP_0.pdf)

**Figura 24. Evolución resultados medición plazo entrega carta ordinaria (2012<sup>32</sup>-2015).**



Fuente: "Informe sobre el control y medición de los indicadores de calidad del servicio postal universal correspondientes al ejercicio 2015", CNMC, Julio 2016.

**Figura 25. Evolución resultados plazo de entrega paquete postal (2012-2015).**



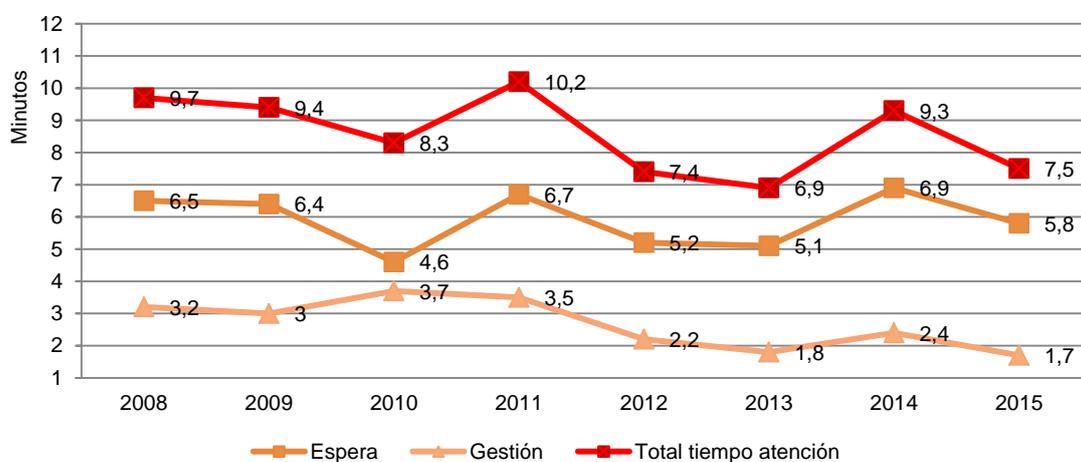
Fuente: "Informe sobre el control y medición de los indicadores de calidad del servicio postal universal correspondientes al ejercicio 2015", CNMC, Julio 2016.

<sup>32</sup> La serie temporal se inicia en el 2012, año en el que la Comisión Nacional del Sector Postal pasó a utilizar los sistemas de medición del plazo de entrega de las cartas y paquetes postales del operador público, debidamente auditados de acuerdo con la norma europea UNE-EN13.850.

A este respecto esta Sala indicó en ese mismo informe que Correos debería adoptar las medidas necesarias para frenar la tendencia negativa en los resultados del plazo de entrega y, en todo caso, dar cumplimiento a los objetivos señalados en el vigente artículo 45 del Reglamento Postal.

Otro de los indicadores de calidad, el tiempo medio de atención ordinaria al usuario en las oficinas y locales de Correos, se mueve desde el año 2005 en una horquilla que va de los 7 a los 11 minutos, situándose en el año 2015 en 7,5 minutos, lo que supuso una mejoría respecto a 2014 de 1,8 minutos.

**Figura 26. Evolución del tiempo de medio de atención en las Oficinas Postales de Correos (2008-2015).**



Fuente: "Informe sobre el control y medición de los indicadores de calidad del servicio postal universal correspondientes al ejercicio 2015" CNMC Julio 2016

Por último, la Sociedad Estatal Correos, recibió 97.188 reclamaciones en el ámbito del servicio postal universal durante el año 2015, lo que supuso un aumento del 26% respecto al 2014. A continuación se muestran los datos correspondientes a los años 2013 a 2015.

**Figura 27. Número de reclamaciones recibidas por Correos (2013-2015).**

RECLAMACIONES	Año 2013	Año 2014	Año 2015
Reclamaciones servicio	28.280	36.897	41.388
Reclamaciones producto	37.633	40.206	55.880
Total reclamaciones recibidas por Correos	65.913	77.103	97.268

Fuente: "Informe sobre el control y medición de los indicadores de calidad del servicio postal universal correspondientes al ejercicio 2015" CNMC Julio 2016

#### **IV.I.1.2. Operadores privados del sector postal tradicional**

Las empresas privadas que prestan servicios del sector postal tradicional se pueden clasificar según el tipo de red en el que operan:

- Empresas *end to end*: realizan la totalidad de las actividades postales, desde la recogida y admisión hasta la distribución. Su ámbito de actuación puede ser nacional, regional o local.
- Empresas consolidadoras: disponen de red de recogida, pero no de reparto, entregando los envíos admitidos a otros operadores postales para su distribución final. Dentro de este grupo existen dos tipologías de empresas. Por un lado, las que operan dentro del ámbito nacional, ya que la correspondencia que admiten, en su mayoría con destino dentro de España, la entregan a operadores nacionales. Por otro lado, las de ámbito internacional, que gestionan, mayoritariamente, correspondencia con destino fuera de España. Para evitar duplicidades, únicamente se consideran aquellas empresas consolidadoras que entregan sus envíos a otros operadores internacionales<sup>33</sup>.

#### **Empresas *end to end* de ámbito nacional**

La única red privada que tiene presencia en todo el territorio nacional es la red de Unipost. Está compuesta por el grupo Unipost y al menos 95 empresas que declaran, en el Registro Postal, pertenecer a la red Unipost.

La sociedad Unipost Servicios Generales, S.L. es la sociedad dominante del denominado “Grupo Unipost”. Participa en el 100% del capital social de la principal empresa del grupo, Unipost S.A.

Se creó en el año 2001 con la fusión de pequeños operadores postales. En el año 2004 entró en su accionariado el operador alemán Deutsche Post, adquiriendo un 37% de la compañía, participación que vendió a finales de 2014 al resto de los accionistas.

Unipost dispone de 69 delegaciones. Consigue, mediante acuerdos de colaboración con operadores que operan en una zona local, una capilaridad, que de acuerdo con su página web, alcanza al 70% de la población.

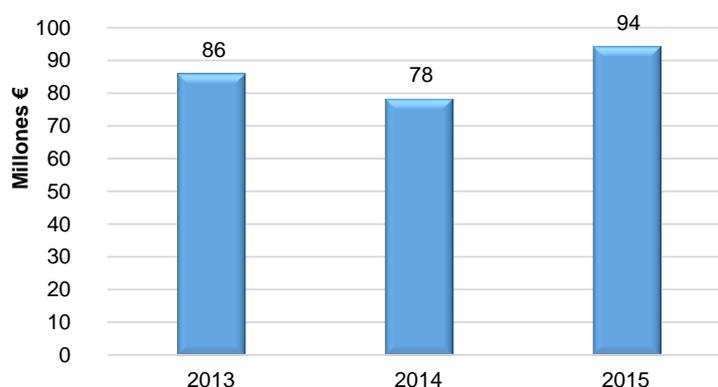
---

<sup>33</sup> Las empresas consolidadoras de ámbito nacional son operadores que disponen de red de recogida, pero no de transporte ni de reparto. Ofrecen a sus clientes, pymes en su mayor parte, servicios de recogida, clasificación, franqueo y preparación de sus envíos postales para la posterior entrega a alguno de los operadores postales tradicionales (mayoritariamente a la Sociedad Estatal Correos o Unipost) por lo que sus datos no se incluyen en el cálculo de los indicadores del sector postal tradicional para evitar duplicidad de los mismos.

Los resultados obtenidos en el ejercicio 2015, tanto los relativos a ingresos como a número de envíos, han experimentado un aumento después de varios años consecutivos de descenso.

El importe neto de la cifra de negocio del año 2015 fue de 94 millones de euros, un aumento del 22,5% respecto al 2014, debido, de acuerdo con su informe de gestión de las cuentas anuales, a la captación de nuevos clientes y al aumento progresivo de los precios medios.

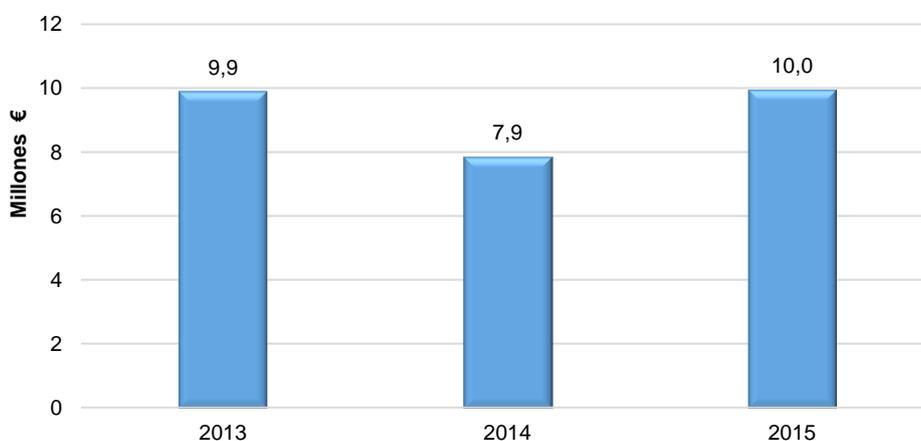
**Figura 28. Evolución de importe neto de la cifra de negocios de Unipost S.A. (2013-2015).**



Fuente: Elaboración propia a partir de datos aportados por la empresa.

Respecto a las empresas analizadas que pertenecen a la red de Unipost (seis empresas con facturación superior al millón de euros), se observa la misma tendencia que en el caso de Unipost. Una subida de los ingresos por servicios postales en el ejercicio 2015 respecto al año anterior.

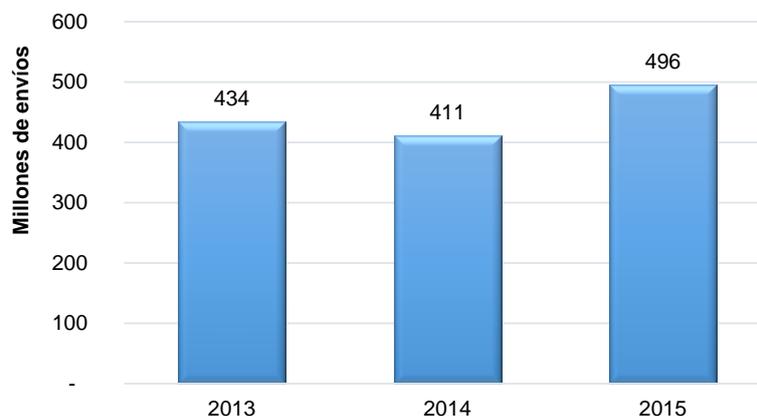
**Figura 29. Evolución de los ingresos postales del resto de las empresas de la red Unipost (2013-2015).**



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

En conjunto, incluyendo a Unipost S.A., la red de Unipost ha gestionado 496 millones de envíos, un 20,5% más que el año anterior. La práctica totalidad de los envíos son de origen y destino nacional.

**Figura 30. Envíos de la red Unipost (2013-2015).**

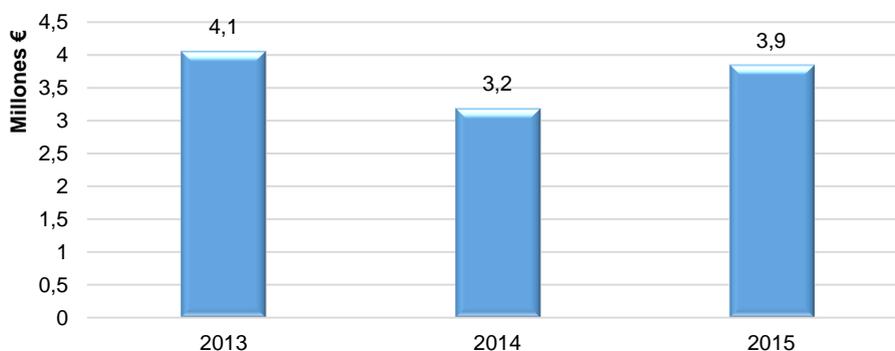


Fuente: Elaboración propia a partir de los datos aportados por las empresas.

### **Empresas end to end de ámbito regional**

En el ámbito regional opera el Grupo Akropost. Este grupo está integrado por las empresas Akropost Servicios Postales del País Vasco, S.A., Akropost Gipuzcoa S.L., Akropost Araba S.L. y Asociación Baliodunak de empleo protegido de Euskadi. Su ámbito territorial de actuación es el País Vasco y dispone de un acuerdo de colaboración con Unipost. Al igual que las empresas pertenecientes a la red de Unipost, la facturación de Akropost Servicios Postales del País Vasco, S.A., empresa con mayor volumen de negocios del grupo, experimentó un descenso de la facturación en el año 2014, recuperándose en el año 2015. El número de envíos sigue la misma tendencia.

**Figura 31. Importe neto de la cifra de negocios de Akropost (2013-2015).**



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

Prácticamente la totalidad de los envíos son de origen y destino nacional.

### **Empresas *end to end* de ámbito local**

En general, son empresas de pequeño tamaño, con facturaciones de menos de 250.000 euros, que trabajan en el ámbito local y que no tienen ningún acuerdo con otro operador postal. Únicamente se han incluido en la muestra las dos empresas<sup>34</sup> con facturaciones en el sector postal superiores a un millón de euros. Dichas empresas están especializadas en la distribución de envíos procedentes de Administraciones Públicas de su localidad. La totalidad de sus envíos son nacionales. Sus ingresos por servicios postales han experimentado un descenso, debido únicamente a que ha cerrado la empresa Notificaciones y Requerimientos, que estaba incluida en el estudio del ejercicio anterior. En conjunto, la evolución de los ingresos de las otras dos empresas analizadas ha sido positivo.

### **Empresas consolidadoras de ámbito internacional**

Su actividad principal consiste en captar envíos de clientes en el territorio nacional con destino internacional para entregar a operadores de otros países para su distribución final. Al igual que las empresas consolidadoras de ámbito nacional, no disponen de red de reparto. Pertenecen a este grupo Asendia y Spring Global.

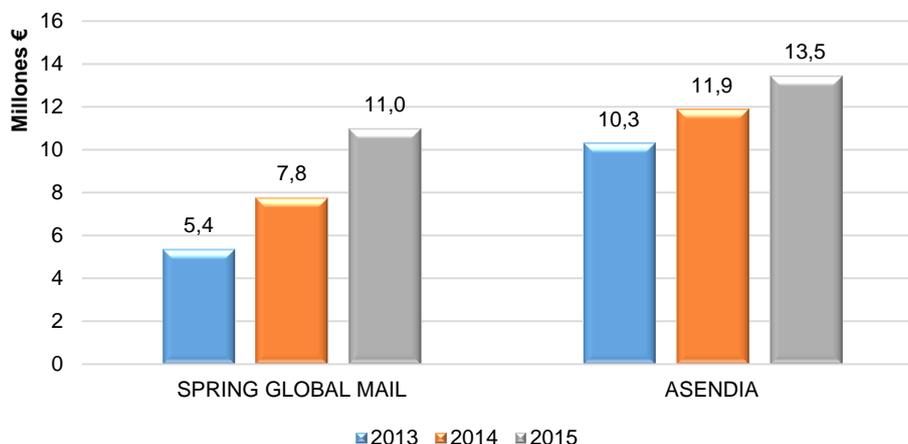
Asendia Spain, S.L.U es filial del grupo Asendia, creado en julio de 2012 tras la alianza entre los operadores postales internacionales, el suizo Swiss Post y el francés La Poste. Por su parte, International Mail Spain, S.L. es la filial en España de Spring Global Mail, que es 100% del operador holandés Post NL.

El importe neto de la cifra de negocios de ambas empresas sigue aumentando, con ingresos de 13,5 millones de euros en el caso de Asendia y 11 millones en la empresa filial de Spring Global Mail.

---

<sup>34</sup> Recerca i Desenvolupament Empresarial, S.L. y Tribugest Gestion de Tributos, S.A.

**Figura 32. Importe neto de la cifra de negocios de Spring Global Mail y Asendia (2013-2015).**



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

Aunque la actividad principal de estas empresas sigue siendo la prestación de servicios postales tradicionales, cabe destacar la diversificación que están experimentando hacia servicios CEP, gestionando cada vez más paquetes.

#### **IV.I.2. Principales indicadores del sector postal tradicional**

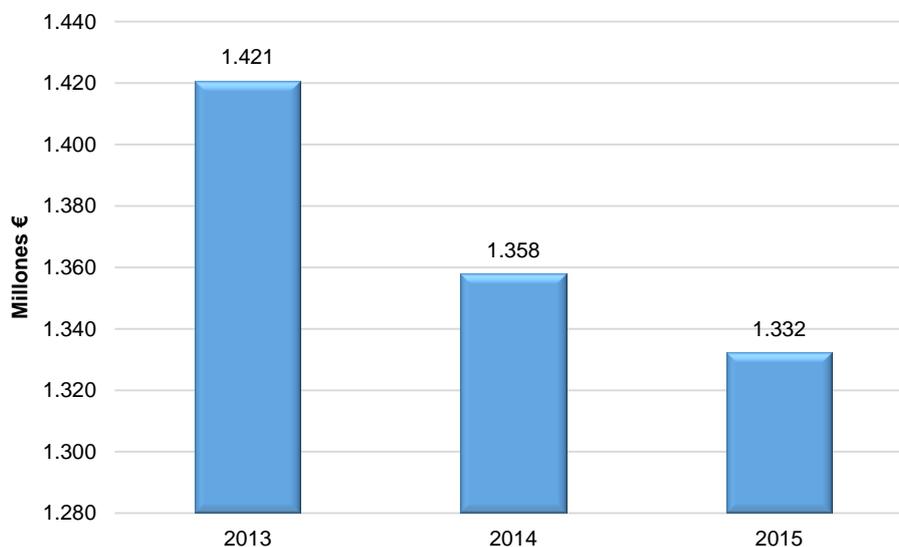
La actividad del sector postal tradicional durante el ejercicio 2015 ha experimentado un descenso del 2% de los ingresos y el 4% de los envíos, aunque dicho descenso se debe casi de forma exclusiva al operador público, ya que los operadores privados, han experimentado en conjunto una subida del 19% tanto de los ingresos por servicios incluidos en el sector postal tradicional como en envíos. Esto supone, como se verá en los apartados siguientes, una disminución de la cuota de mercado del operador público.

#### **Ingresos del sector postal tradicional**

La facturación total en el ejercicio 2015 por la prestación de servicios en el sector postal tradicional ha sido de 1.332 millones de euros<sup>35</sup>, continuando la tendencia negativa de los últimos años.

<sup>35</sup> Los datos no incluyen los ingresos por envíos electorales de la Sociedad Estatal Correos.

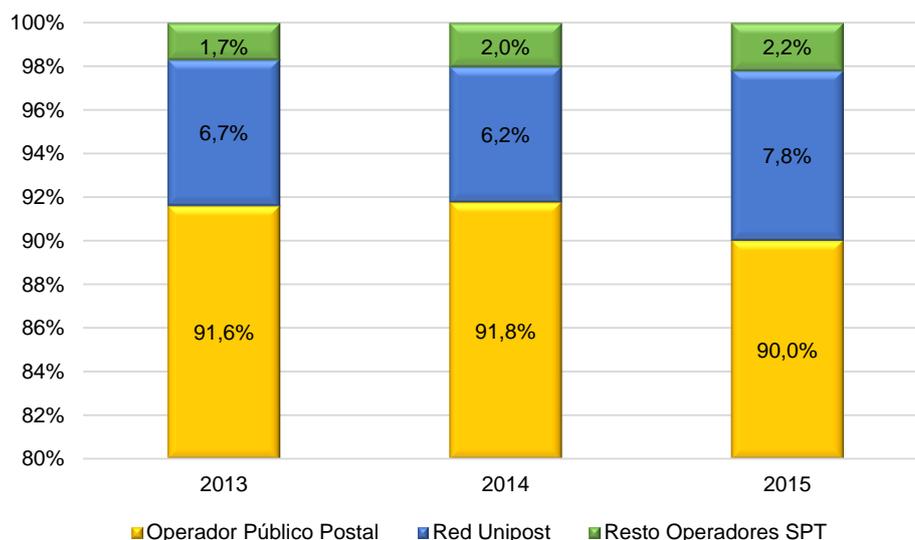
**Figura 33. Ingresos SPT (2013-2015).**



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

La cuota de mercado de la Sociedad Estatal Correos disminuye más de un punto y medio.

**Figura 34. Cuota de mercado según ingresos del sector postal tradicional (2013-2015).**

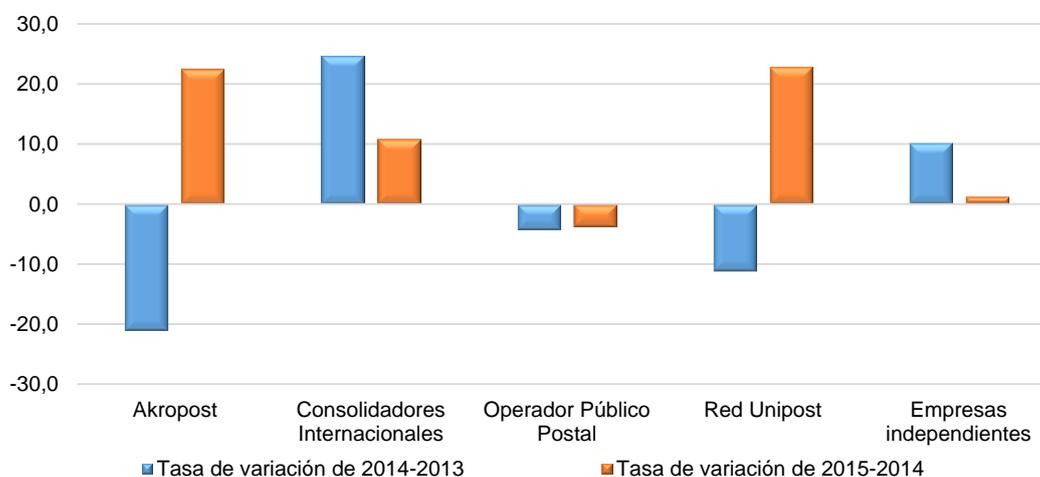


Fuente: Elaboración propia a partir de los datos aportados por las empresas

Como se ha señalado anteriormente, la tasa de variación respecto al año pasado ha sido positiva en todas las tipologías de operadores excepto en el

operador público. En el caso de la red Unipost y Akropost, se observa un cambio en la tendencia, pasando de caídas significativas en el año 2014 a subidas por encima del 20% en el 2015, mientras en el caso de los consolidadores internacionales y empresas independientes<sup>36</sup>, aunque han experimentado subidas, la tasa de variación ha disminuido respecto al año anterior. La Sociedad Estatal Correos es el único caso que experimenta en ambos años una tasa negativa aunque la tasa de variación 2015-2014, es menor que la del ejercicio anterior.

**Figura 35. Tasa de variación de los ingresos (2013-2015).**



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

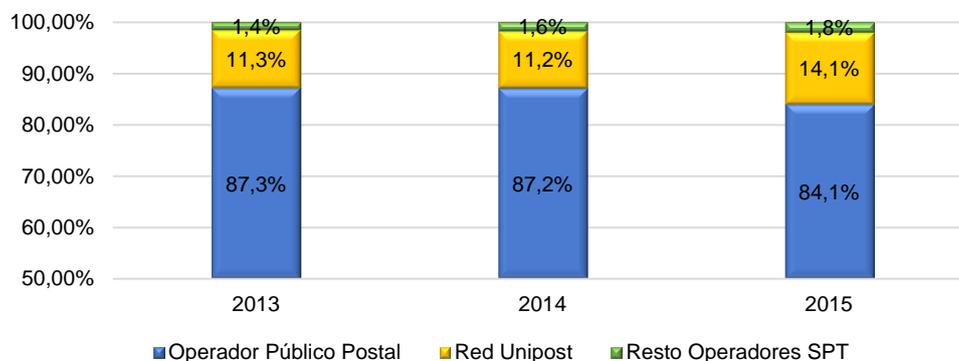
### Envíos del sector postal tradicional

El número de envíos gestionados pertenecientes al sector postal tradicional ha disminuido un 4% respecto al año 2014, alcanzando un total de 3.512 millones de envíos<sup>37</sup>. Sin embargo, si sólo se consideran los operadores privados, el número de envíos aumenta un 19% respecto al ejercicio anterior, llegando a los 559 millones en 2015. Como resultado de esta evolución dispar, la cuota de mercado de la Sociedad Estatal Correos disminuye 3 puntos.

<sup>36</sup> Con objeto de poder realizar la comparación, para el cálculo de la tasa de variación de las empresas de notificación, no se ha tenido en cuenta la empresa Notificaciones y Requerimientos porque no ha tenido actividad durante el ejercicio 2015.

<sup>37</sup> Al igual que los ingresos, el cálculo se realiza sin tener en cuenta los envíos electorales.

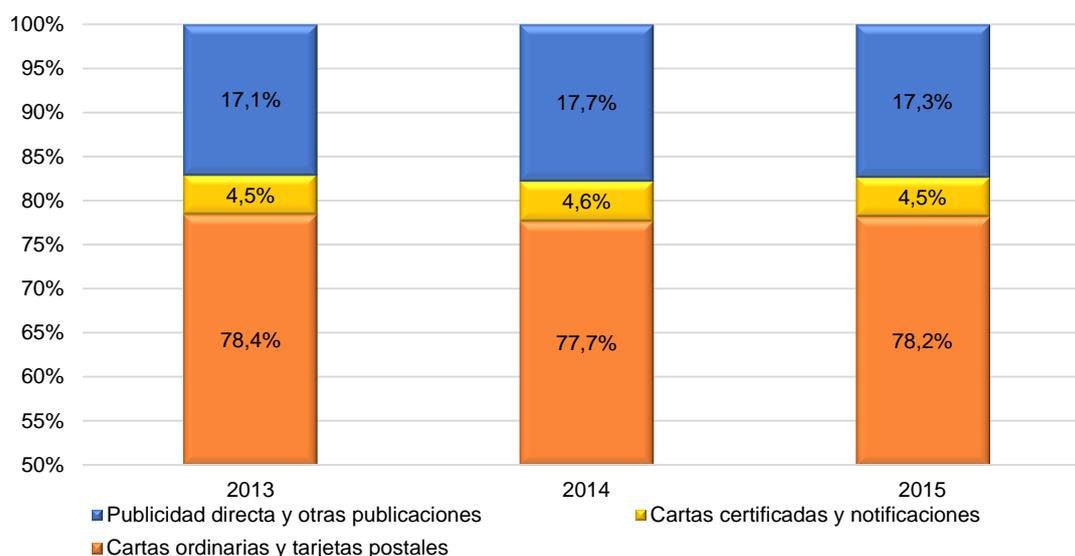
**Figura 36. Cuota de mercado según número de envíos del sector postal tradicional (2013-2015).**



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

Por otro lado, la distribución por tipo de producto se mantiene constante.

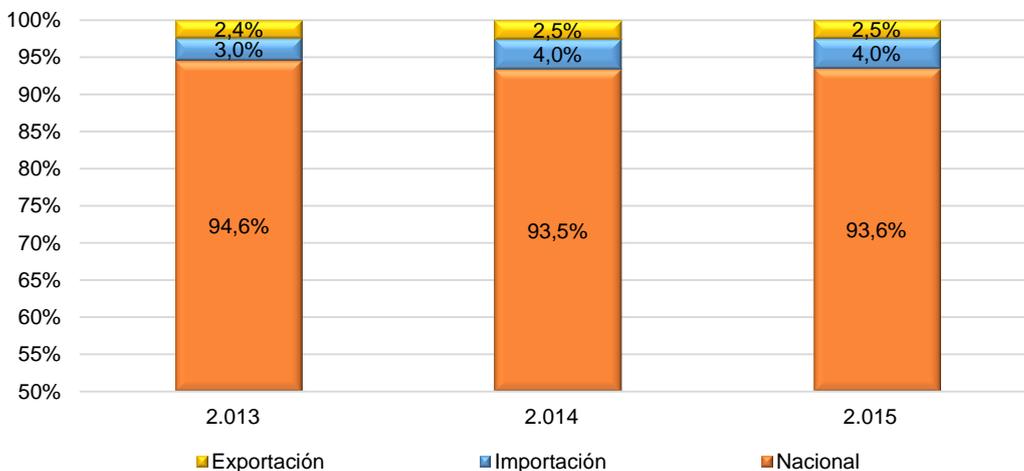
**Figura 37. Distribución del número de envíos según productos del SPT (2013-2015).**



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

Respecto a la distribución de los envíos según el origen y destino de los envíos, también se mantiene estable.

**Figura 38. Distribución del número de envíos según origen y destino de los envíos del SPT (2013-2015).**

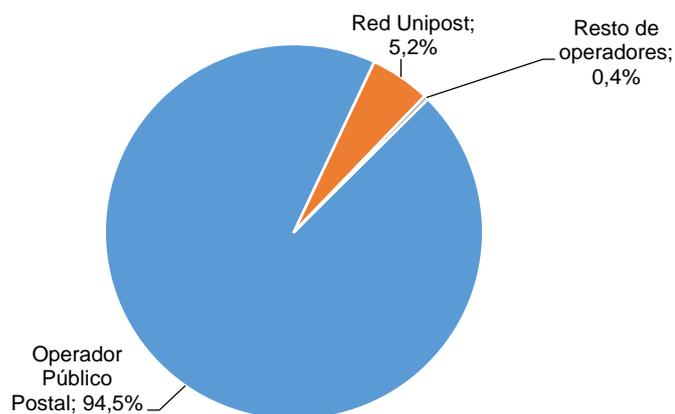


Fuente: Elaboración propia a partir de los datos aportados por las empresas

### Recursos del sector postal tradicional

De acuerdo con la información facilitada por los operadores, el número total de empleados durante el año 2015 fue de 53.081, perteneciendo el 94,5% a la Sociedad Estatal Correos. En estos datos únicamente se incluye el personal propio de las empresas analizadas. Del total de número de empleados, el 64% son repartidores (69,5% si solo se consideran los privados).

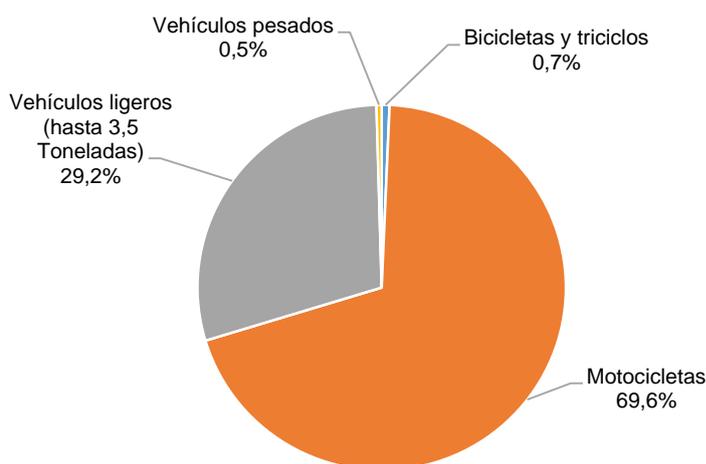
**Figura 39. Empleados del SPT (2015).**



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

Las empresas analizadas poseen 12.800 vehículos propios, de los cuales el 97,3% corresponde al operador público y el 2,4% a la Red Unipost. La mayor parte de los vehículos son motocicletas. Generalmente las rutas nacionales son subcontratadas, razón por la cual el número de vehículos pesados es bajo.

**Figura 40. Tipo de vehículos (2015).**



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

## IV.II. Servicios urgentes y de paquetería – Segmento CEP

### IV.II.1. Descripción de la oferta del segmento CEP

Como se ha señalado anteriormente, este segmento es más heterogéneo que el del sector postal tradicional y por lo tanto más complicado de delimitar. Incluye todos los envíos de paquetería, es decir, aquellos envíos que contienen mercancías con o sin valor comercial cualquiera que sea su peso<sup>38</sup> así como envíos que, a diferencia del sector postal tradicional, se entregan de forma urgente y, en la mayoría de los casos, con compromiso de entrega en plazo determinado.

Como se ha visto en el análisis del código CNAE que se ha hecho anteriormente, este segmento está muy relacionado con el transporte de mercancías por carretera, realizándose generalmente el reparto de la última milla en furgonetas.

Los operadores del segmento CEP que operan en España se pueden clasificar en función de su estructura organizativa y ámbito territorial, si bien, en algunos casos, es posible ubicarlos en dos o más tipologías.

<sup>38</sup> Artículo 3.2. de la Ley Postal.

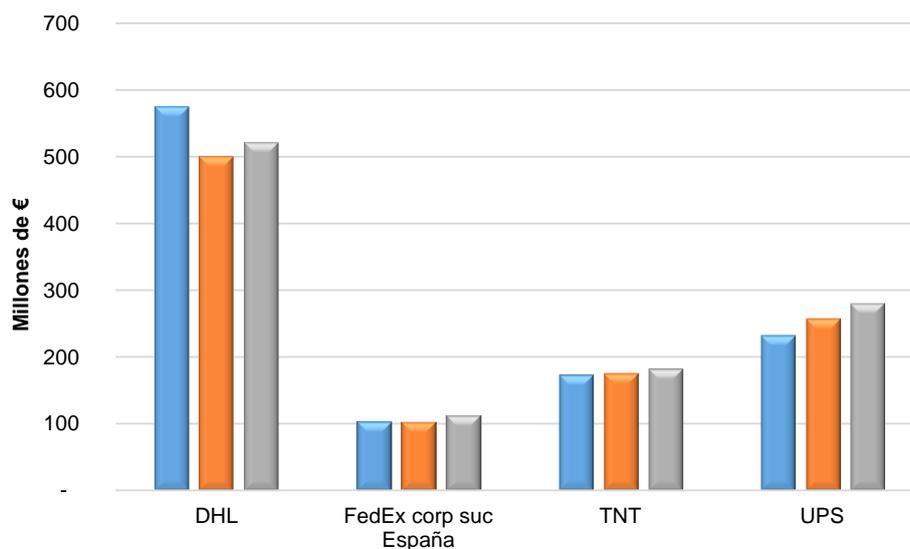
## Integradores

De acuerdo con la Decisión de la Comisión Europea de 30 de enero de 2013 por la que se declara una operación de concentración incompatible con el mercado interior y el funcionamiento del Acuerdo EEE (Asunto COMP/M.6570 — UPS/TNT Express) los integradores se caracterizan, entre otros aspectos, por disponer de pleno control operativo de la logística de los envíos de paquetería, de origen a destino, incluido el transporte aéreo y suficiente cobertura geográfica a nivel mundial.

En el ejercicio 2015, existían cuatro integradores en todo el mundo, el grupo alemán DHL, el holandés TNT y las firmas americanas UPS y Fedex. Los cuatro operaron en España. En mayo del año 2016, Fedex formaliza la compra de TNT tras el visto bueno de la Comisión Europea por lo que el número de integradores se reduce a tres.

El importe neto de la cifra de negocio de las cuatro empresas analizadas (DHL Express Iberia, S.L.U., Fedex Spain S.L., TNT Express Worldwide (Spain), S.L. y United Parcel Service España Ltd. y Cia, Src) ascendió en 2015 a 1.101 millones de euros, de los cuales el 47% corresponde a DHL. Todas las empresas han experimentado un crecimiento de su cifra de negocios, suponiendo en conjunto un ascenso del 5,9%.

**Figura 41. Evolución de la cifra de negocios de los integradores (2013-2015)**



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

En total, en 2015, han gestionado 65,9 millones de envíos, lo que representa un 32,6% más que el ejercicio anterior. Asimismo, están especializados en envíos internacionales, pues más de la mitad de sus envíos tiene origen o destino fuera de España.

### **Redes de transporte urgente de ámbito nacional**

Se clasifican en una segunda tipología las redes de transporte urgente de ámbito nacional.

Estas empresas se caracterizan porque operan principalmente en el ámbito nacional, extendiéndose en muchos casos al ámbito peninsular, incluyendo Portugal y Andorra y trabajan mediante régimen de franquicias o agencias con una extensa red de empresas de ámbito local lo que les permite tener una amplia capilaridad.

Se incluye en esta tipología a empresas de capital español, como son MRW, Nacex, Tinsa, Enviaia y Halcourier y otras más pequeñas como Zeleris, Sending y Redyser. Se incluyen también a Tourline (del operador público portugués CTT) y ASM<sup>39</sup> (de capital suizo pertenece al grupo suizo Betlen AG).

Asimismo, se ubica en esta tipología a la red de Seur, que también opera en régimen de franquicias y en ámbito, principalmente, nacional. Sin embargo, por su trayectoria organizativa y su peso en el mercado español, merece una mención especial.

La red de Seur se creó en 1942, constituido inicialmente por un grupo de franquicias propiedad de los propios franquiciados. En 2004 entró en su accionariado el grupo francés Geopost (perteneciente al operador público francés La Poste) que va teniendo una participación creciente mediante la adquisición de empresas franquiciadas, alcanzando actualmente el 77% de la compañía. En 2015, Geopost creó la marca DPDgroup para todas sus filiales de los distintos países europeos donde opera. En España, Seur mantiene su marca, pero incorpora adicionalmente la marca del grupo. Aunque su actividad sigue siendo principalmente nacional, tiene capacidad operativa internacional a través de la red Geopost.

La suma de ingresos en este segmento de estas empresas asciende a 1.146 millones de euros de los cuales algo más de la mitad corresponde a Seur S.A. Sin embargo, este porcentaje no es significativo porque, en la mayoría de los casos, estos ingresos corresponden a la central y no a la totalidad de la red.

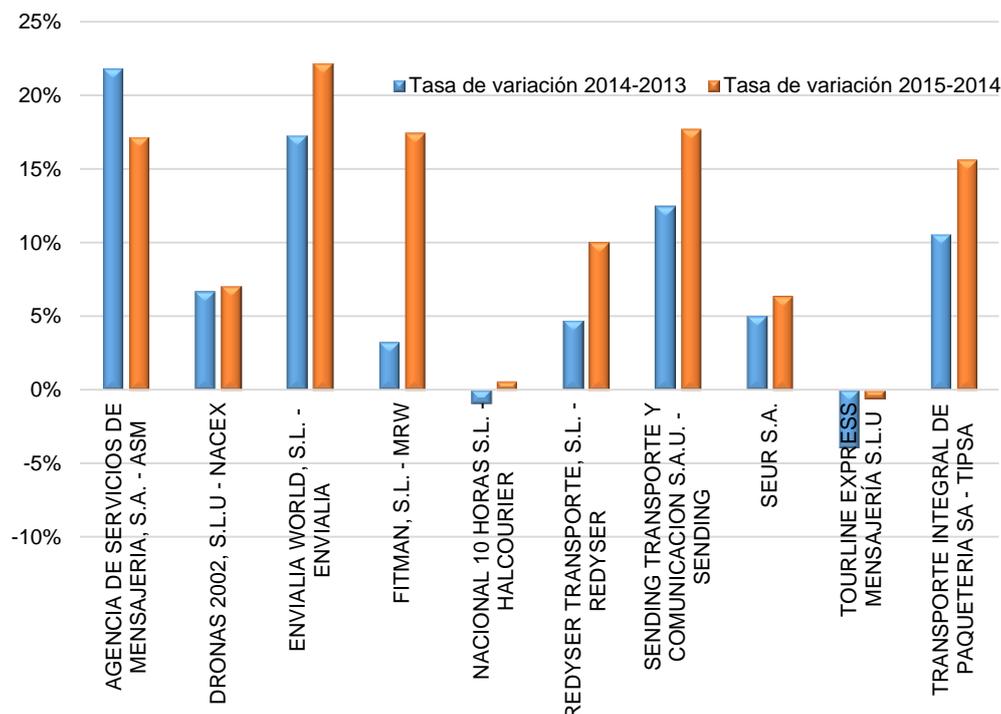
Todas las empresas centrales han obtenido en 2015 un importe neto de la cifra de negocios superior al año anterior, a excepción de Tourline Express

---

<sup>39</sup> En junio de 2016, GLS Spain compra la empresa Agencia de Servicios de Mensajería S.A. (ASM)

Mensajería, S.L.<sup>40</sup>, con subidas de más del 15% en los casos de ASM, Enviaia World, S.L, Fitman, S.L.(MRW), Sending Transporte y Comunicación S.A.U. y Transporte Integral de Paquetería, S.A. (TIPSA).

**Figura 42. Tasa de variación de la cifra de negocios de las centrales de redes de paquetería (2014-2015)<sup>41</sup>.**



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

Las redes de transporte urgente de ámbito nacional que operan en España se caracterizan por gestionar envíos de bajo peso dentro del ámbito nacional. Los pesos medios de los envíos que gestionan oscilan entre 2 y 10 kg. El 94% de sus envíos tiene origen y destino dentro de España.

Gestionaron en total 200 millones de envíos, un 15,1% más que en el año 2014 (de los cuales, un 35% corresponde a Seur).

<sup>40</sup> “En 2015 el número de envíos transportados en la red Tourline Express presenta un incremento del 4,6%. Los ingresos operacionales registraron una disminución del -0,6%, situándose en 50.999 miles de euros debido exclusivamente al mix de venta de productos y servicios.” Informe de gestión de las cuentas anuales del ejercicio 2015 de Tourline Express Mensajería, S.L.

<sup>41</sup> Telefónica Servicios Integrales de Distribución, S.A.U.(Zeleris) ha experimentado un ascenso del 50% en su facturación sin embargo, los servicios postales son solo una pequeña parte de su actividad, por lo que no se ha incluido en este gráfico. Por otro lado, se ha incluido la facturación de Dronas 2002, S.L.U. si bien, no solo incluye a Nacex sino también a su parte de transporte industrial de mercancías (Integra2).

## Operador público

El Grupo Correos está presente en este segmento a través de dos sociedades. Por un lado, la filial Correos Express Paquetería Urgente S.A., que ofrece productos con plazos de entrega inferiores a 24 horas principalmente con origen y destino dentro de España y por otro lado, la matriz, la Sociedad Estatal Correos, que ofrece servicios de paquetería de menor valor añadido con plazos de entrega superiores a 24 horas.

Aunque se agrupan en una categoría diferente por tratarse del operador público, las dos empresas que lo forman podrían ubicarse, por el tipo de servicios que ofrecen, en otras tipologías. Así, Correos Express ofrece servicios muy similares a las redes de transporte de ámbito nacional, con pesos medio-bajos y segmentación geográfica muy parecida, si bien, dispone de una alta capilaridad sin necesidad de una red de franquiciados o agencias.

Por otro lado, la Sociedad Estatal Correos es una empresa del sector postal tradicional, por lo que podría ubicarse también en esta categoría cuyas características se explican en el siguiente punto.

Respecto a Correos Express, su evolución ha sido positiva, experimentando un crecimiento del 8% respecto al 2014.

**Figura 43. Evolución de la cifra de negocios de Correos Express Paquetería Urgente S.A. (2013-2015)**



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

## **Operadores del sector postal tradicional**

Al igual que la Sociedad Estatal Correos, existen diversas empresas privadas del sector postal tradicional que también operan, de forma residual, en el segmento CEP. Los servicios ofrecidos por estas empresas, especialistas en entrega ordinaria, son envíos de paquetería de bajo peso que generalmente no incluyen los servicios de entrega rápida o seguimiento de los envíos.

Los pesos medios de sus envíos no superan los 2 kg. Este tipo de empresas han experimentado un crecimiento importante en este segmento principalmente por los consolidadores internacionales.

## **Operadores independientes**

Se agrupan en la categoría de operadores independientes<sup>42</sup> operadores internacionales cuya presencia en España es todavía pequeña (General Logistics Systems Spain S.L. (GLS) filial de Royal Mail, Overseas Courier Service, S.A. perteneciente a la red internacional OCS o SPC Courier) y un grupo de operadores con servicios principalmente nacionales, que tienen facturaciones pequeñas y que operan principalmente de forma local como ICS, General Courier, Rapid Express Courier, FLR Servicios Urgentes o May Courier.

La facturación total de estas empresas ascendió en 2015 a 55,1 millones de euros, de los cuales el 64% corresponden a General Logistics Systems Spain S.L. Cabe destacar el incremento del 31% de esta empresa respecto al ejercicio anterior, frente al 20% del resto de esta tipología empresas.

El incremento acumulado desde 2013 de GLS en España es de un 140%<sup>43</sup>.

En total, estas empresas gestionaron 5,7 millones de envíos. Más del doble que en el 2013 y un 31% más que en el ejercicio 2014.

## **Empresas de transporte industrial**

Por último, existe un determinado número de empresas inscritas en el Registro Postal cuya actividad principal es el transporte de mercancías de carácter industrial. Estas empresas de transporte se caracterizan por manejar envíos con pesos medios elevados. Las características de la mayoría de los envíos que manejan difieren del ámbito aquí estudiado. Sin embargo, se detecta una

---

<sup>42</sup> En contraposición con las redes de paquetería urgente que operan mediante franquicias o agentes

<sup>43</sup> En junio de 2016 la filial española del Grupo GLS adquiere la empresa Agencia de Servicio de Mensajería S.A. (ASM) con lo que refuerza su red nacional.

tendencia a la diversificación de dichas empresas motivada fundamentalmente por el aumento del comercio electrónico. El cambio en las exigencias de sus clientes habituales está obligando a estas empresas a iniciar la prestación de servicios propios del segmento CEP. Es el caso de Transporte Azkar S.A (del grupo Dachser), Integra2 (perteneciente junto a Nacex a Dronas 2002, S.L.U), Lozano Transportes (red Redur) y TDN.

A pesar de que este tipo de empresas han manifestado tener dificultades a la hora de segmentar sus actividades para la elaboración de este estudio, estiman que podrían estar prestando servicios similares a los aquí analizados por valor de 462 millones de euros y moviendo 23,6 millones de envíos, aunque los pesos medios que manejan en este tipo de envíos superan los 75 kg.

Dado que los pesos medios de los envíos gestionados en este segmento son altos, y con objeto de no distorsionar las tendencias, no se han incluido sus datos en las cifras globales calculadas.

Como conclusión, se resumen en el cuadro siguiente las empresas que se han utilizado para el cálculo de las cifras clave del segmento de mensajería y paquetería (segmento CEP).

**Figura 44. Muestra seleccionada del segmento CEP.**

Tipo	Marca	Nombre
Integradores		UPS
		DHL
		TNT
		FEDEX
Pública		CORREOS EXPRESS
		SOCIEDAD ESTATAL CORREOS Y TELÉGRAFOS
Redes de transporte urgente de ámbito nacional		MRW
		SEUR
		TOURLINE
		NACEX
		ASM
		TIPSA
		ENVIALIA
		HALCOURIER
		REDYSER
		SENDING
Independientes		ZELERIS
		GLS
		ICS
		GENERAL COURIER
		RAPID EXPRESS
		SPC COURIER
		FLR
		OVERSEAS
		MAY COURIER
Empresas del sector postal tradicional		ASENDIA S.L.U
		SPRING GLOBAL MAIL
		RED UNIPOST.
		AKROPOST SERVICIOS POSTALES DEL PAIS VASCO S.A.

Fuente: Elaboración propia

## IV.II.2 Principales indicadores del segmento CEP

La actividad generada por el segmento CEP ha aumentado en el último año, experimentado incrementos en sus ingresos y en el número de envíos gestionados. La tasa de variación del número de envíos, del 20,9%, es superior a la de los ingresos, 8,7%, lo que denota una disminución de los ingresos unitarios.

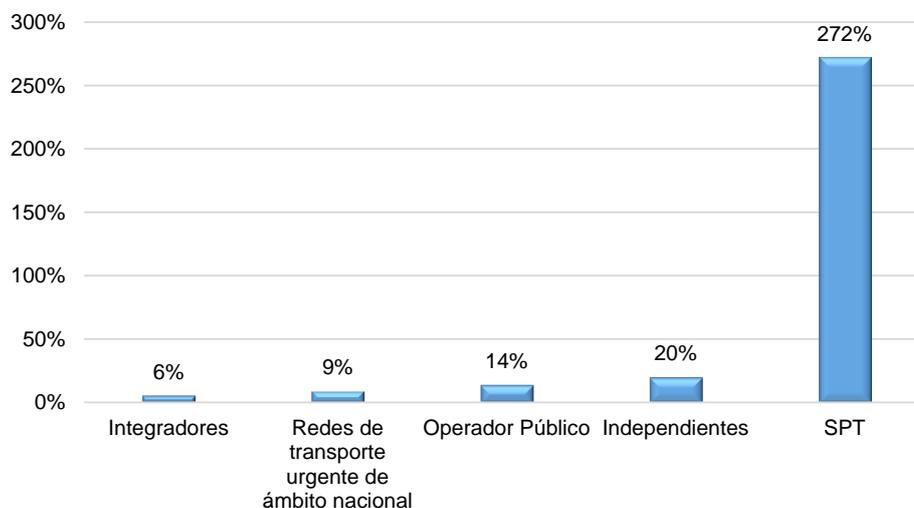
### Ingresos del segmento CEP

La suma de los ingresos de las empresas analizadas por servicios de paquetería y envíos urgentes ha experimentado un crecimiento del 8,7%, alcanzando los 2.616 millones de euros.

Como ya se señalaba en el informe del ejercicio anterior, se ha de tener en cuenta que estos ingresos, en el caso de las redes de transporte urgente de ámbito nacional, no incluyen los ingresos netos que obtienen las empresas que participan mediante sistemas de franquiciado y otros sistemas de colaboración en la red.

En todo caso, los datos reales calculados con las empresas analizadas son perfectamente válidos para analizar la tendencia de los ingresos de las distintas tipologías de empresas. Se puede observar que la tendencia positiva que han experimentado los ingresos del segmento se traslada a las diferentes tipologías de empresas, destacando el incremento de las empresas privadas prestadoras de servicios postales tradicionales, aunque actualmente su peso en el total de la facturación es pequeño.

**Figura 45. Variación de ingresos, segmento CEP. (2014-2015).**



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

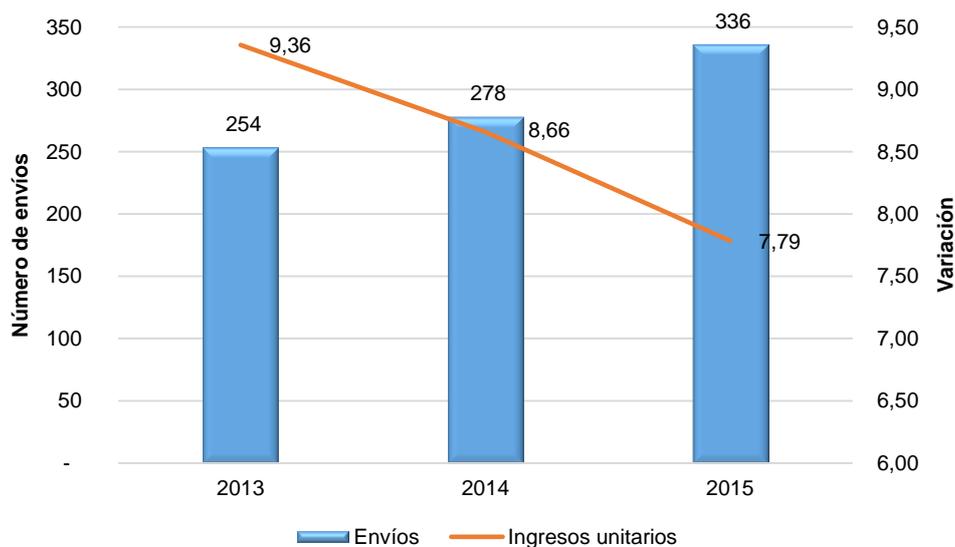
## Envíos del segmento CEP<sup>44</sup>

Al contrario de lo que sucede con los ingresos, la cifra calculada de número de envíos se considera muy ajustada a la realidad, ya que en el caso de los envíos gestionados por las redes las empresas confirman que un porcentaje muy elevado de los envíos “pasa” por la central y por lo tanto es contabilizado por ella.

El número de envíos gestionado asciende a 336 millones, lo que supone un aumento del 20,9% respecto al año anterior.

Como se ha señalado anteriormente, los ingresos por servicios CEP han aumentado pero en menor medida, lo que significa que continúa la tendencia negativa del ingreso unitario, con un descenso acumulado desde el 2013 del 17% situándose en 7,79 euros<sup>45</sup>.

**Figura 46. Variación del número de envíos CEP con precio unitario.**



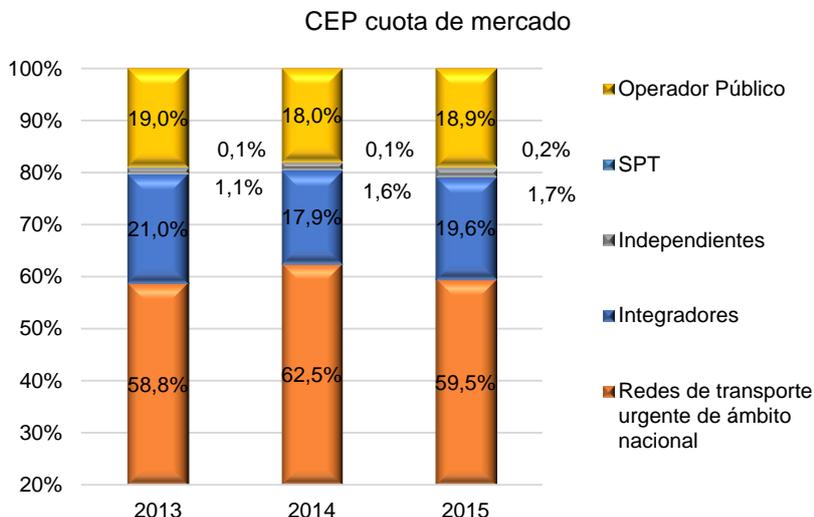
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos aportados por las empresas

La cuota de mercado según envíos, por tipo de empresa, se mantiene similar a la de años anteriores.

<sup>44</sup> En general, los operadores no contabilizan el número de envíos individuales o bultos sino de expediciones. Se considera una expedición el conjunto de envíos (uno o más) que se transportan bajo el mismo albarán de entrega y tienen el mismo origen y destino. Los operadores calculan que, de media, en una expedición hay entre 1,5 y 2 envíos.

<sup>45</sup> Hay que tener en cuenta que para la realización de este cálculos se han utilizado los datos de ingresos del apartado anterior, que como ya se ha señalado no incluyen los ingresos netos de agencias o franquicias de las redes de transporte urgente por lo que los ingresos unitarios están infravalorados.

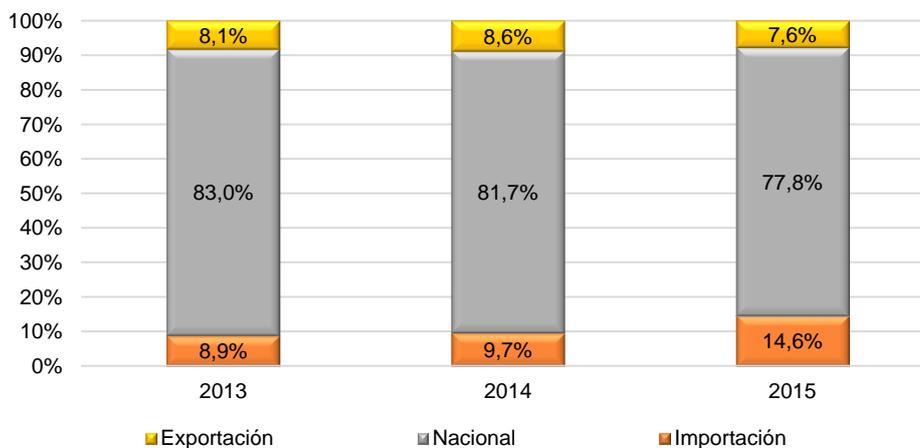
**Figura 47. Distribución del número de envíos CEP según tipología de operadores (2013 - 2015).**



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

Respecto a la segmentación por origen y destino, se mantiene la misma tendencia que el año anterior, aunque más acentuada, aumentando el porcentaje de envíos de importación, en detrimento principalmente de los envíos con origen y destino nacional.

**Figura 48. Distribución del número de envíos según origen y destino – CEP (2013-2015).**

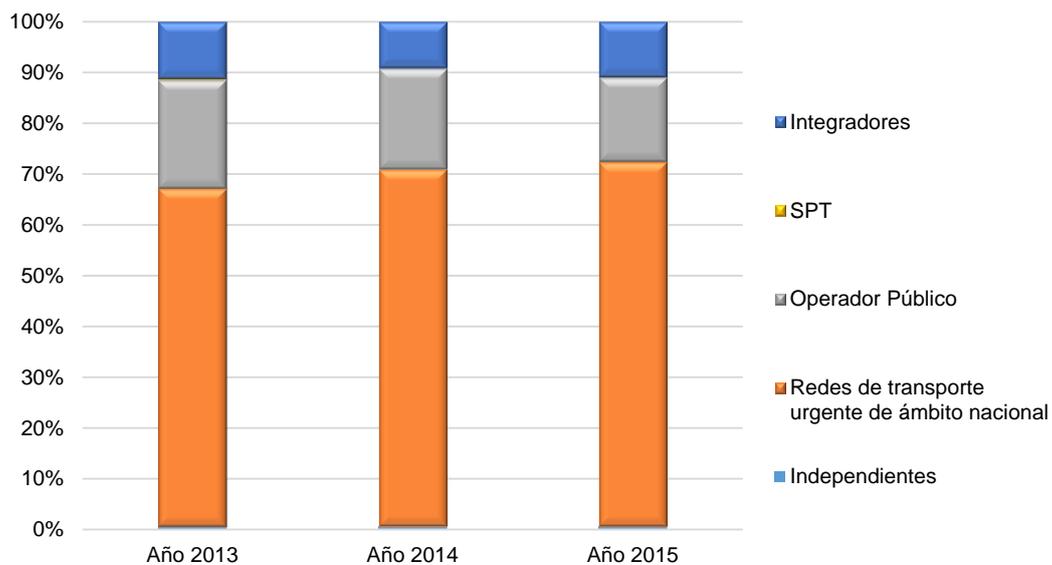


Fuente: Elaboración propia a partir de los datos aportados por las empresas

El aumento respecto al año 2014 experimentado por el número de envíos (20,9%) se ha repartido de forma diferente según el ámbito geográfico. Así, los envíos de importación han crecido un 82,8%, la exportación un 6,8% y los envíos con origen y destino en España un 15,1%.

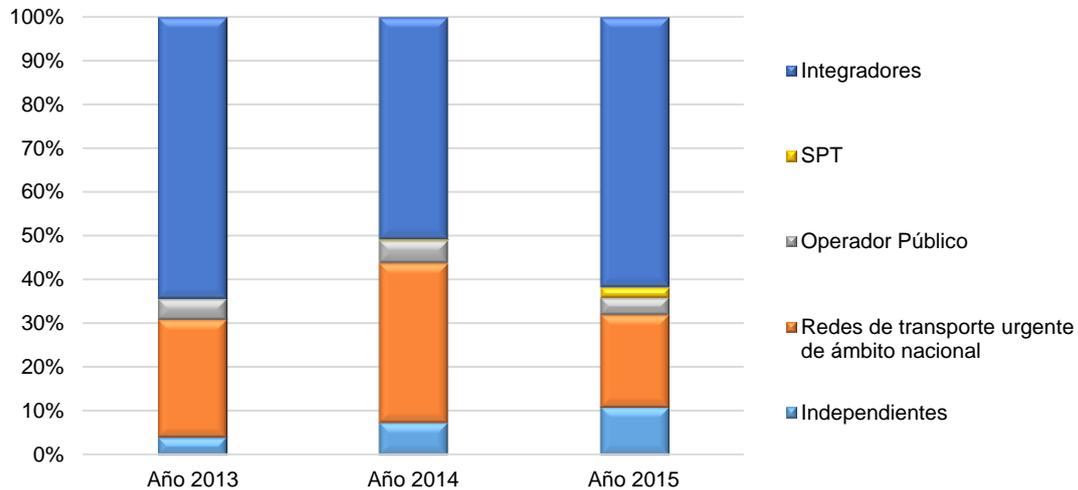
Las cuotas de mercado son más ilustrativas si se calculan según origen y destino de los envíos, poniendo de manifiesto cómo cada tipología de empresa tiene una especialización geográfica diferente. Efectivamente, según las conversaciones mantenidas con las empresas, los integradores, en el ámbito de los envíos internacionales, pasan de ser competidores a ser proveedores de otros operadores. Destaca el aumento de cuota de mercado en los envíos de importación del operador público.

**Figura 49. Cuota de mercado según número de envíos nacionales (2013-2015).**



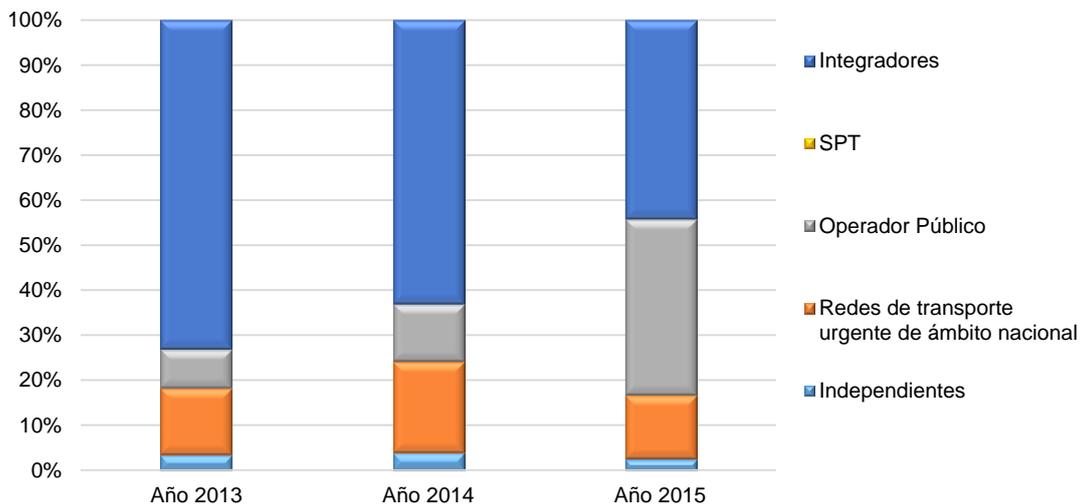
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos aportados por las empresas

**Figura 50. Cuota de mercado según número de envíos de exportación (2013-2015).**



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

**Figura 51. Cuota de mercado según número de envíos de importación (2013-2015).**



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

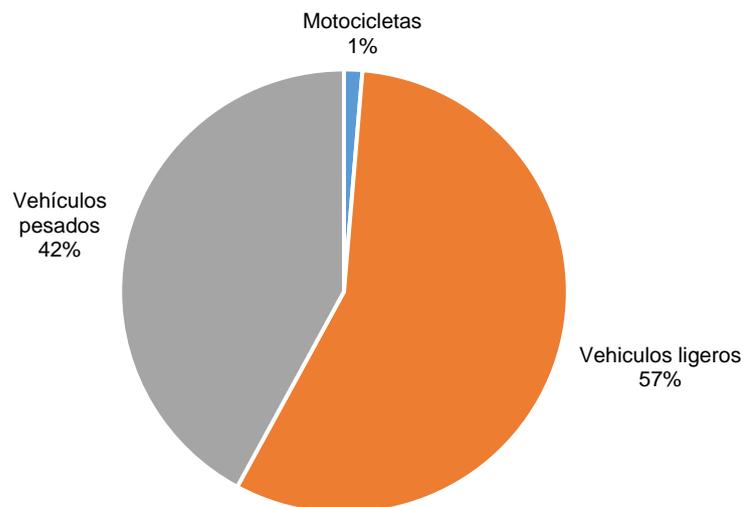
## Recursos del segmento CEP

En este apartado no figuran los datos de la Sociedad Estatal Correos ni de los operadores del sector postal tradicional ya que sus datos se recogen en el apartado de recursos de dicho segmento.

El total de empleados propios de las empresas analizadas asciende, en el ejercicio 2015, a 12.735 personas. Sin embargo, las empresas subcontratan la prácticamente totalidad de los servicios de transporte y reparto, por lo que, en estos momentos, no se disponen de datos suficientes para poder estimar la cifra total de empleados que trabajan en este segmento.

El número total de vehículos asciende a 13.976. A diferencia del Sector Postal Tradicional, la presencia de motocicletas es muy bajo, predominando los vehículos ligeros y pesados,

**Figura 52. Distribución de vehículos según tipología – Segmento CEP (2015).**

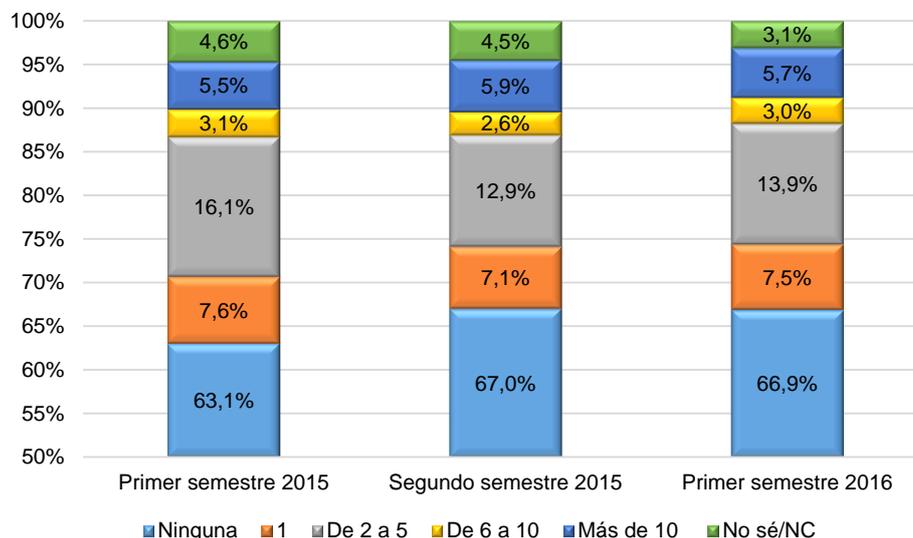


Fuente: Elaboración propia a partir de los datos aportados por las empresas

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

De acuerdo con los últimos datos recabados por el Panel de Hogares de la CNMC<sup>46</sup> basados en encuestas realizadas durante el primer semestre del 2016, el porcentaje de personas que enviaron cartas y el porcentaje que recibió correspondencia de otros particulares en los últimos seis meses había descendido respecto a los datos recabados en el mismo periodo del 2015. El 67% no recibió ninguna carta de un particular y el 62% no envió ninguna carta.

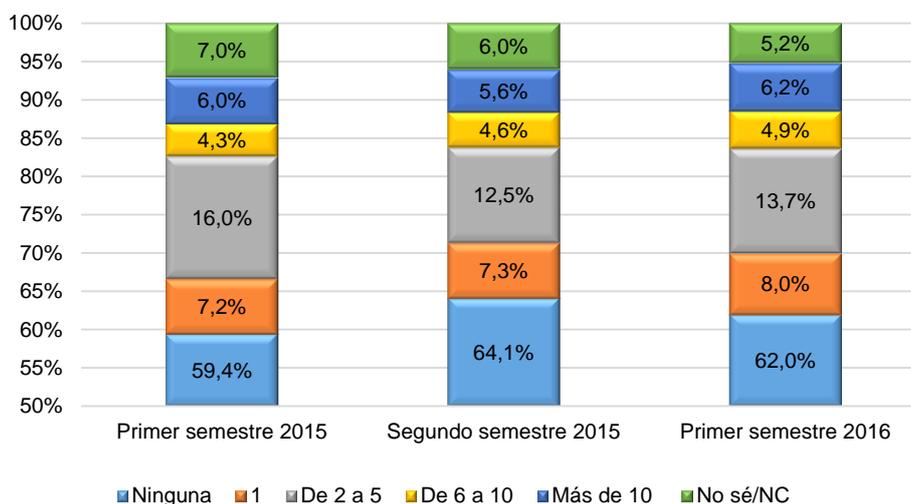
**Figura 53. Porcentaje de personas que recibieron cartas de un particular en los últimos seis meses.**



Fuente: Panel de Hogares CNMC

<sup>46</sup> El Panel de Hogares CNMC es una encuesta a hogares e individuos de periodicidad semestral. El estudio es de naturaleza multisectorial y recoge datos relativos a los mercados de telecomunicaciones, audiovisual, energía, postal y transporte entre otros. Hasta este momento se han llevado a cabo tres oleadas basadas en encuestas realizadas en el primer semestre del 2015, segundo semestre del 2015 y primer semestre del 2016. En la última oleada se incluyeron 4.685 hogares y 9.317 individuos.  
<http://data.cnmc.es/datagraph/>

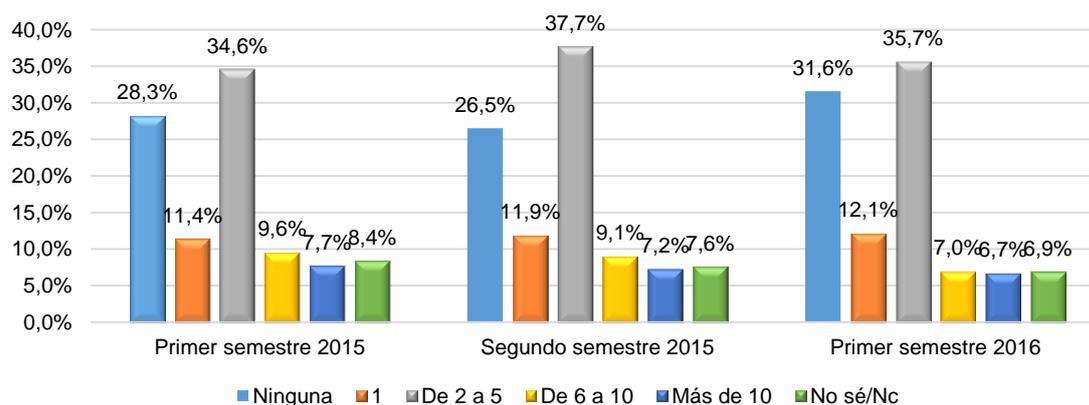
**Figura 54. Porcentaje de personas que enviaron cartas a otro particular en los últimos seis meses.**



Fuente: Panel de Hogares CNMC

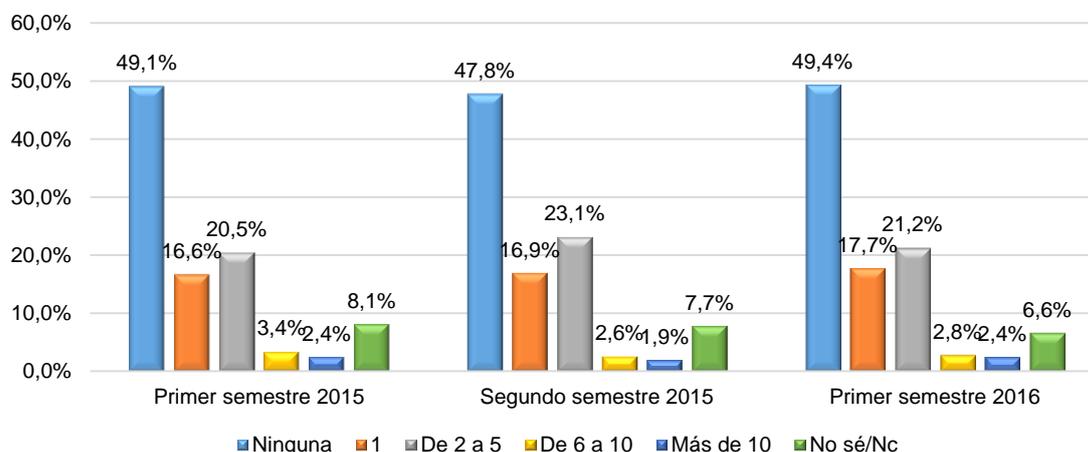
El número de personas que no han recibido cartas de empresas en el último mes se mantiene en una horquilla que va desde 26,5% al 31,6% y casi la mitad de las personas encuestadas no han recibido notificaciones administrativas en los últimos seis meses

**Figura 55. Porcentaje de personas que recibieron cartas de empresas en el último mes.**



Fuente: Panel de Hogares CNMC

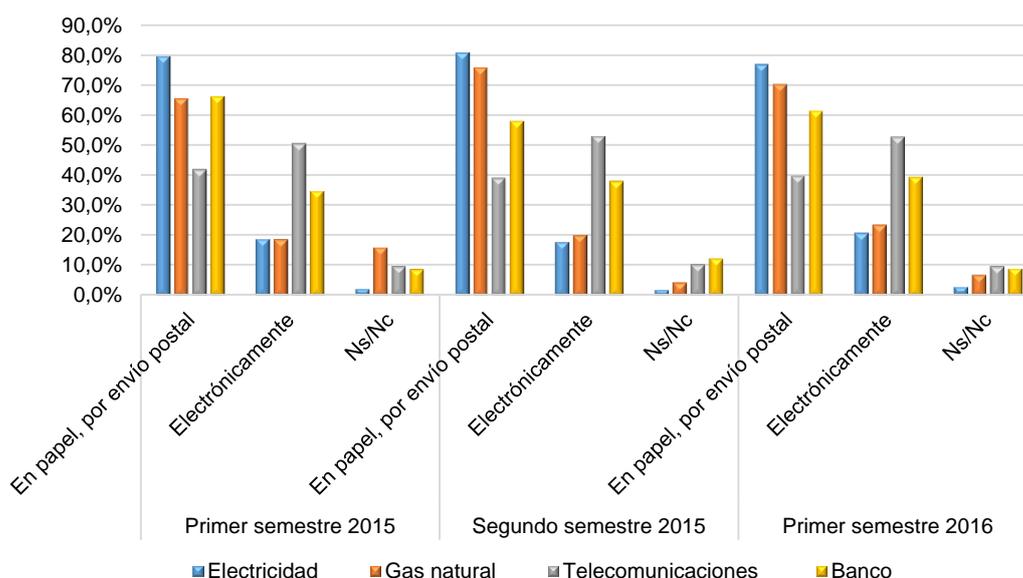
**Figura 56. Porcentaje de personas que recibieron notificaciones administrativas en los últimos seis meses.**



Fuente: Panel de Hogares CNMC

En contrapartida, se ha de destacar el continuo aumento de la sustitución de las facturas remitidas por correo postal, por las facturas electrónicas. En el primer semestre del 2016, el 53% de los individuos encuestados recibieron la factura de su operador de telecomunicaciones de forma electrónica.

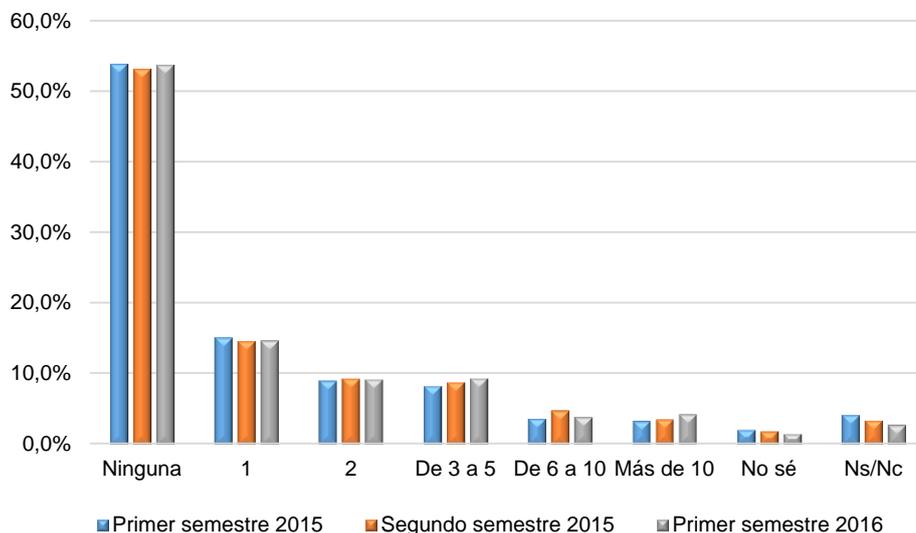
**Figura 57. Porcentaje de hogares según tipo de factura recibida.**



Fuente: Panel de Hogares CNMC (Universo: hogares con servicio)

El porcentaje de población que no ha visitado una oficina postal en los últimos seis meses se mantiene estable con valores entre el 53% y 54%

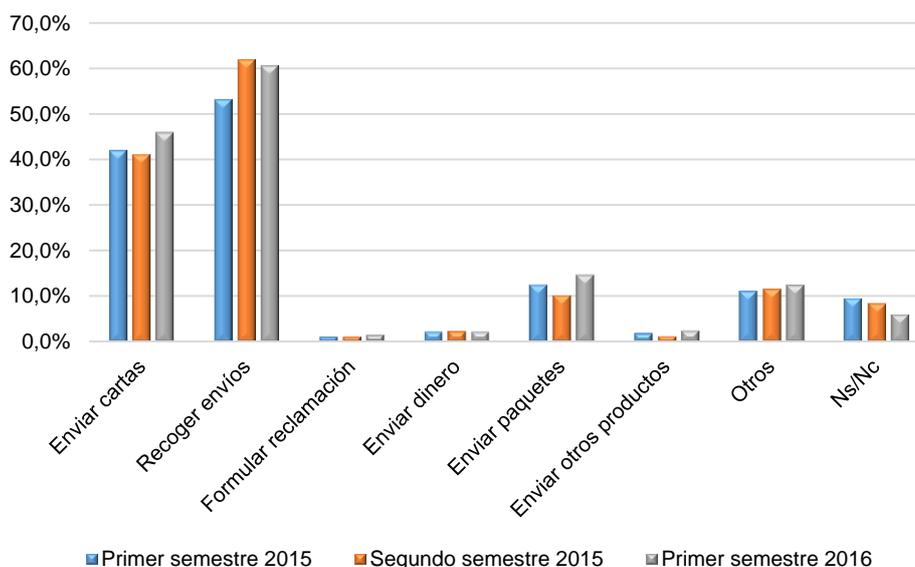
**Figura 58. Número de visitas a oficinas postales en los últimos seis meses.**



Fuente: Panel de Hogares CNMC

En el primer trimestre de 2016, del total de personas que visitaron una oficina postal el 60,7% lo hizo para recoger un envío (7 puntos por encima del mismo periodo del 2015) y de cada 100 envíos que fueron recogidos en el primer semestre de 2016, 65 fueron paquetes, probablemente motivado por el comercio electrónico.

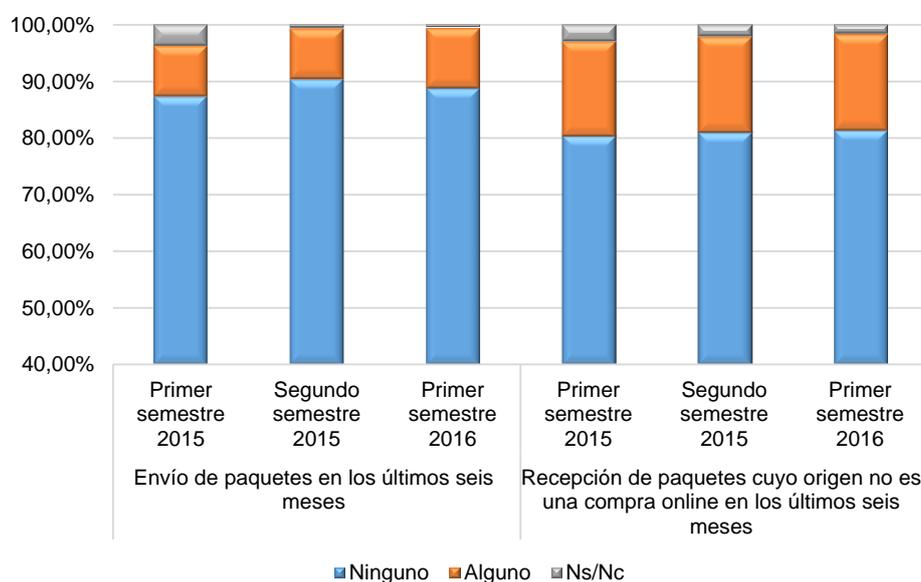
**Figura 59. Motivo de la visita a una oficina postal.**



Fuente: Panel de Hogares CNMC (universo: individuos que han visitado una oficina postal en los últimos seis meses)

Respecto al uso de los servicios de paquetería no relacionada con el comercio electrónico, conforme a los datos de las tres mediciones existentes en el Panel de Hogares de la CNMC, el número de envíos de paquetes entre particulares es bajo, moviéndose el porcentaje de personas que no enviaron paquetes en los últimos seis meses en valores que van del 87,5% al 90,5%. Entre el 80,5% y el 81,5% declaran no haber recibido ningún paquete cuyo remitente fuera otro particular.

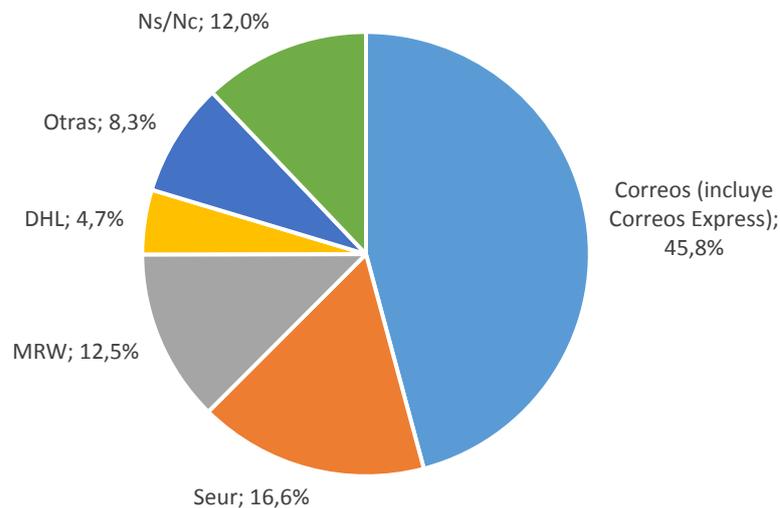
**Figura 60. Porcentaje de personas que recibieron o enviaron paquetes en los últimos seis meses.**



Fuente: Panel de Hogares CNMC

Durante el primer semestre de 2016 la mayor parte de envíos de paquetes realizados por particulares se hicieron recurriendo a Correos, seguido por Seur y MRW.

**Figura 61. Empresa con la que realizaron el envío de paquetes los particulares. (Primer semestre de 2016).**



Fuente: Panel de Hogares CNMC (Universo: individuos que han enviado un paquete en los últimos seis meses)

## Comercio electrónico

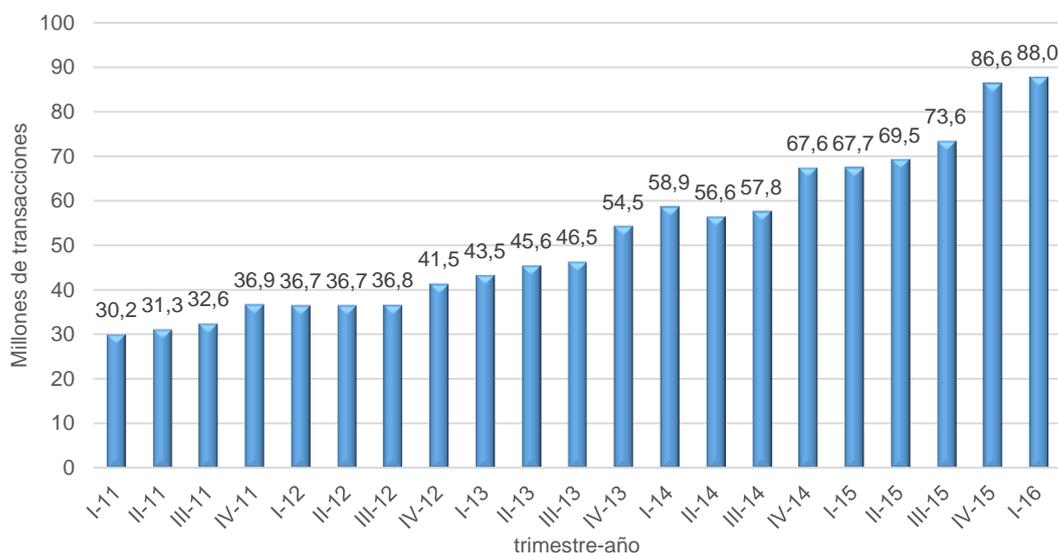
Como se ha señalado a lo largo del informe, el auge del comercio electrónico está motivando el aumento de los envíos de paquetería, así como el desarrollo de nuevos servicios y empresas que están revolucionando el sector.

Los datos publicados en el portal CNMC-data de esta Comisión<sup>47</sup> corroboran esta tendencia. La facturación del comercio electrónico realizado a través de tarjetas bancarias de pago en España aumentó durante el 2015 un 23% interanual hasta alcanzar los 20.013 millones de euros. El número de transacciones aumentó también un 23% respecto al ejercicio 2014, superando los 297 millones.

---

<sup>47</sup> <http://data.cnmc.es/datagraph/>

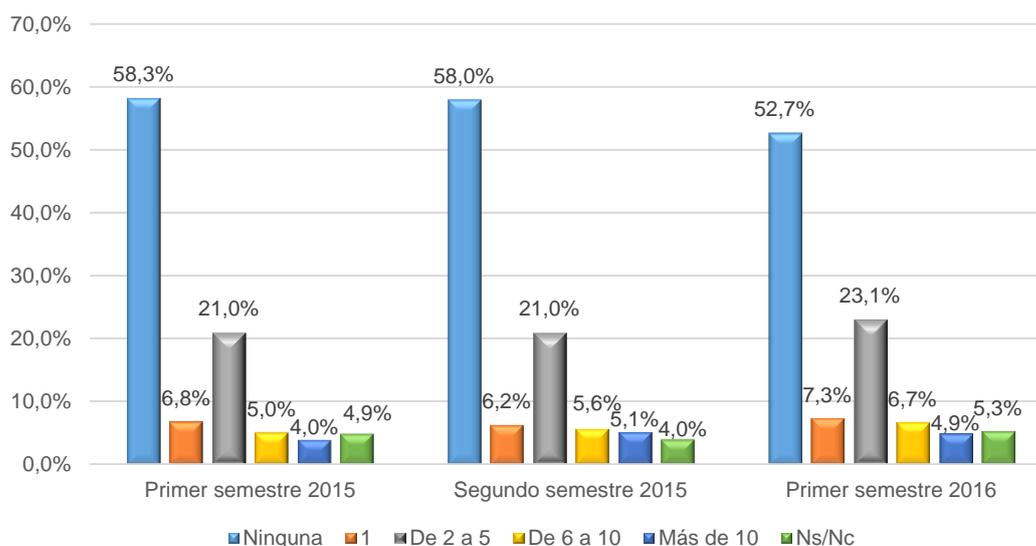
**Figura 62. Evolución trimestral del número de transacciones del comercio electrónico (2011-2015)**



Fuente: Estadísticas CNMC

Este incremento en el comercio electrónico también se pone de manifiesto en los datos del Panel de Hogares. En el primer semestre del 2016 aumentaron las compras por internet en más de cinco puntos respecto al mismo periodo del año anterior.

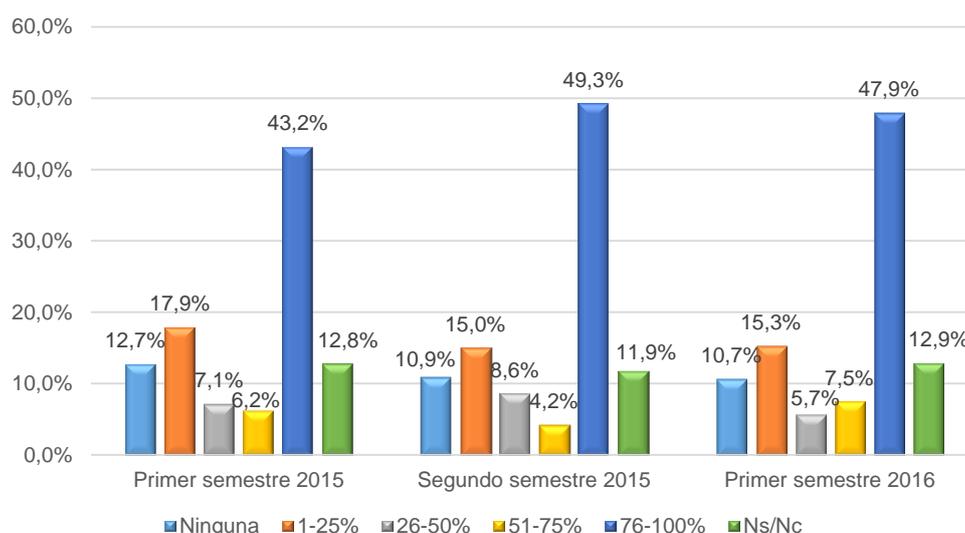
**Figura 63. Porcentaje de personas que realizaron compras en internet en los últimos seis meses.**



Fuente: Panel de Hogares CNMC

Además, en el primer semestre del 2016, ocho de cada diez internautas que compraron online en los últimos seis meses, recibieron algún paquete producto de la compra, siendo la tendencia mayoritaria que el lugar de recepción de los paquetes fuera el domicilio (un 78%) seguido por el lugar de trabajo (15%).

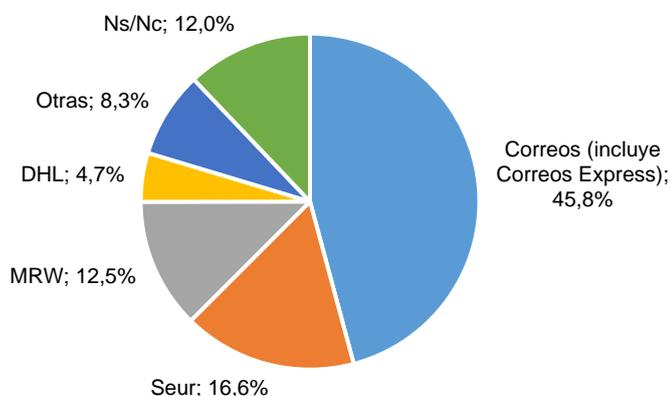
**Figura 64. Porcentaje de personas que realizaron compras online que suponen la recepción de un paquete.**



Fuente: Panel de Hogares CNMC (Universo: individuos que ha hecho alguna compra en internet)

El 45,8% de los encuestados declararon haber recibido su última compra por internet a través de Correos.

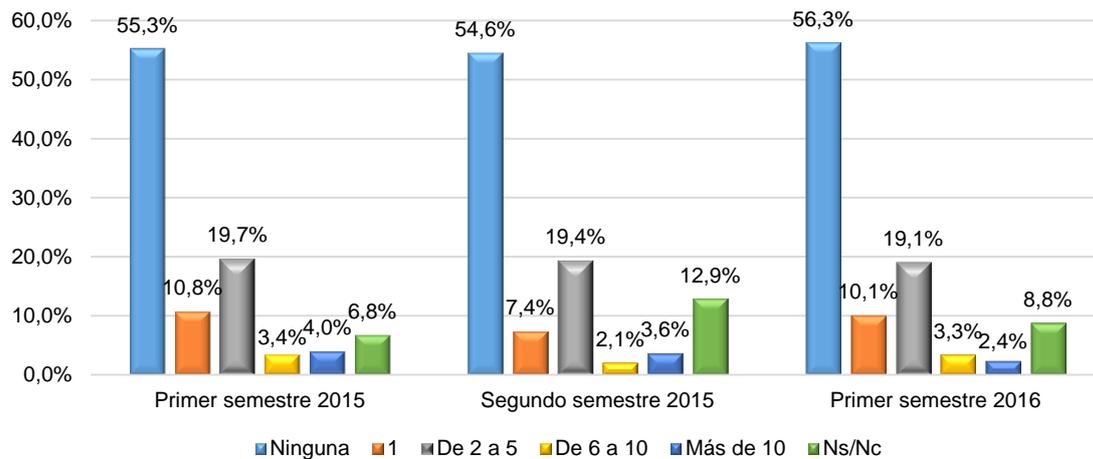
**Figura 65. Operador que repartió el último envío de comercio electrónico recibido (porcentaje de personas). Primer semestre de 2016.**



Fuente: Panel de Hogares (Universo: individuos que han hecho alguna compra online en los últimos seis meses que comportaba la recepción de un paquete)

Por último señalar, que en el primer semestre de 2016 disminuyó, respecto al mismo periodo del año anterior, el número de cartas recibidas por particulares que contuvieran objetos comprados online respecto al semestre anterior del mismo año.

**Figura 66. Porcentaje de personas que recibieron cartas que contuvieran objetos comprados online en los últimos seis meses.**



Fuente: Panel de Hogares CNMC

## VI. CONCLUSIONES

Del análisis realizado se destacan los siguientes aspectos más relevantes:

- Conforme a los datos de la Comisión Europea, en el ejercicio 2014 los envíos del segmento del sector postal tradicional disminuyeron un 3,4% respecto al ejercicio anterior en el conjunto de la UE-28. Con datos del 2014, España dispone de una red proporcionalmente menor que la media europea con un mayor número de habitantes atendidos por cada punto de atención al público, buzón y empleado. En parte, este menor dimensionamiento se explica por el bajo índice de utilización de los servicios postales en España en comparación con la media europea.
- La actividad del sector postal tradicional en España durante el ejercicio 2015 facturó 1.332 millones de euros y gestionó 3.512 millones de envíos, lo que supone un descenso del 2% y del 4% respectivamente. Dicho descenso se debe casi de forma exclusiva a la Sociedad Estatal Correos y Telégrafos, S.A.. Los operadores privados han experimentado, en conjunto, un crecimiento del 19% tanto de los ingresos como en envíos.
- En consecuencia, la cuota de mercado del operador público ha disminuido situándose en el 90% respecto a los ingresos y el 84% respecto a los envíos. La red Unipost alcanza una cuota del 8% en ingresos y el 14% en envíos.
- De acuerdo con los datos del Panel de Hogares de esta Comisión la correspondencia entre particulares continúa descendiendo y aumentando la sustitución de las facturas remitidas por correo postal por las facturas electrónicas. Así, en el primer semestre del 2016, el 67% de la población no había recibido ninguna carta de otro particular y el 53% de los individuos encuestados recibieron la factura de su operador de telecomunicaciones de forma electrónica.
- El auge de las nuevas tecnologías y en concreto el rápido crecimiento del comercio electrónico, está motivando un cambio acelerado en el segmento CEP con la aparición de nuevas empresas, la diversificación de empresas de transporte industrial de mercancías hacia este segmento y la ampliación de oferta en las empresas ya existentes.
- La actividad generada por el segmento CEP ha aumentado en el último año, experimentado incrementos en sus ingresos y en el número de envíos gestionados. El número total de envíos gestionados ha sido de 336 millones. La tasa de variación del número de envíos ha sido de 20,9%, muy superior a la tasa de variación de ingresos (8,7%), lo que

confirma la tendencia a la baja de los ingresos unitarios que está sufriendo este segmento.

- La distribución de las cuotas de mercado según envíos se mantiene estable, con una cuota del 18,9% del operador público. Se aprecia un ascenso de los envíos de importación en detrimento de los envíos de origen y destino nacional.
- El aumento de la demanda en el segmento de paquetería en 2015 está vinculado al elevado crecimiento del comercio electrónico experimentado en nuestro país. El número de transacciones de comercio electrónico aumentó un 23% respecto al ejercicio 2014, superando los 297 millones.

**ANEXO**  
**LISTADO DE OPERADORES**

AKROPOST, SERVICIOS POSTALES DEL PAIS VASCO, S.A.
ANDALUCIA POST, S.L.
ASENDIA SPAIN S.L.U.
ASM TRANSPORTE URGENTE S.A.
BADA REPART, S.L.
CORREOS EXPRESS PAQUETERIA URGENTE S.A.
DEUTSCHE POST AG
DHL EXPRESS IBERIA, S.L.U.
DRONAS 2002, S.L.U (INTEGRA2)
DRONAS 2002, S.L.U (NACEX)
ELSAN, S.L.
EMDIPA, S.L.
ENVIALIA WORLD, S.L.
FEDEX SPAIN S.L.
FITMAN, S.L. (MRW)
FLR SERVICIOS URGENTES S.L.
GENERAL COURIER S.L.
GENERAL LOGISTICS SYSTEMS SPAIN S.L. (GLS)
GUPOST, S.A., PUBLICIDAD DIRECTA
INTERNATIONAL COURIER SOLUTION S.L.
INTERNATIONAL MAIL SPAIN, S.L. (SPRING)
LA CAMARA ONUBENSE, S.L.
LOZANO TRANSPORTES
MAY COURIER MADRID, S.L.
MBE SPAIN 2000 S.L.
NACIONAL 10 HORAS, S.L. (HALCOURIER)
OVERSEAS COURIER SERVICE S.A.
RAPID EXPRESS COURIER, S.A.
RECERCA I DESENVOLUPAMENT EMPRESARIAL, S.L.
REDYSER TRANSPORTE, S.L.
SENDING TRANSPORTE Y COMUNICACION S.A.U.
SEUR, S.A.
SOCIEDAD ESTATAL CORREOS Y TELEGRAFOS, S.A.
SPC COURIER, S.L.
TDN, S.A.U.
TELEFONICA SERVICIOS INTEGRALES DE DISTRIBUCION, S.A.U. (ZELERIS)
TNT EXPRESS WORLDWIDE SPAIN, S.L.
TOURLINE EXPRESS MENSAJERIA S.L.U.
TRANGES SIGLO XXI, S.L.U.
TRANSPORTE INTEGRAL DE PAQUETERIA, S.A.
TRANSPORTES AZKAR, S.A.
TRIBUTGEST GESTION DE TRIBUTOS, S.A.
UNIPOST, S.A.
UNITED PARCEL SERVICE ESPAÑA LTD. Y CIA, SRC (UPS)
VIASPEED
WORLD COURIER DE ESPANA, S.A.

