

NOTA DE PRENSA

Los envíos de mensajería y paquetería aumentaron un 20,9% en 2015 impulsados por el crecimiento del comercio electrónico

- Las empresas de mensajería y paquetería analizadas gestionaron 336 millones de envíos, con unos ingresos de 2.616 millones de euros, un 8,7% más que en 2014
- El sector postal tradicional (cartas, tarjetas postales y publicidad directa) facturó 1.332 millones de euros un 2% menos que en 2014
- Correos aumentó su cifra de negocios un 1,2%, impulsado por los 432 millones de envíos electorales

Madrid, 19 de diciembre de 2016.- La CNMC (Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia) ha publicado el Informe sobre el sector postal y el sector de la mensajería y paquetería del ejercicio 2015 ([INF/DTSP/001/2016](#)).

Durante el año pasado, el sector postal tradicional facturó 1.332 millones de euros y gestionó 3.512 millones de envíos, un 2% y un 4% menos respectivamente, que en 2014. Dicho descenso se debe casi de forma exclusiva a la Sociedad Estatal Correos y Telégrafos, S.A. ya que los operadores privados experimentaron, en su conjunto, un crecimiento del 19% tanto en ingresos como en envíos.

El segmento de mensajería y paquetería registró un fuerte aumento con un 20,9% más de envíos (336 millones de envíos gestionados) y unos ingresos de 2.616 millones de euros, un 8,7% más que en el mismo periodo del año anterior¹, lo que confirma la tendencia a la baja de los ingresos unitarios que está sufriendo este segmento.

Este importante aumento de los envíos en el segmento de la mensajería y la paquetería está vinculado al elevado crecimiento del comercio electrónico experimentado en nuestro país. En el último año, este tipo de transacciones aumentaron un 23% respecto al ejercicio 2014, y superó los 297 millones. La facturación del comercio electrónico realizado a través de tarjetas bancarias de pago en España aumentó un 23% interanual, hasta los 20.013 millones de euros.

Documento no oficial, destinado a los medios de comunicación y que no vincula a la CNMC

El texto íntegro del informe se publica en el sitio CNMC y se puede consultar mediante el vínculo que figura en la nota de prensa

Reproducción permitida solo si se cita la fuente.

Cuotas de mercado por envíos e ingresos

La cuota de mercado del sector postal tradicional se repartió entre la Sociedad Estatal Correos y Telégrafos, S.A, operador designado por el Estado para prestar el servicio postal universal, con un 90% de cuota por ingresos (-1,8 puntos) y el 84% respecto a los envíos (-3 puntos) y los operadores privados, principalmente, la red Unipost, con una cuota del 7,8% de los ingresos (+1,6 puntos de diferencia con 2014) y 14% en envíos (+2,9 puntos más que en 2014).

Envíos electorales

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 presentó un crecimiento del 1,2%, hasta un total de 1.614 millones de euros frente a los 1.590 millones de euros del año 2014.

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. Los envíos electorales ascendieron en el año 2015 a 432 millones.

Panel de Hogares sobre envíos postales

De acuerdo con el [Panel de Hogares de la CNMC](#), basado en encuestas realizadas durante el primer semestre del 2016 en 4.685 hogares y 9.317 individuos, ocho de cada diez internautas que compraron online en los últimos seis meses recibieron algún paquete producto de la compra.

([INF/DTSP/001/2016](#)).

ⁱ El sector postal tradicional incluye las cartas y tarjetas postales y la publicidad directa, así como las cartas certificadas y las notificaciones administrativas; mientras que el sector de mensajería y paquetes gestiona aquellos envíos que contienen mercancía, con o sin valor comercial, y envíos urgentes

Documento no oficial, destinado a los medios de comunicación y que no vincula a la CNMC

El texto íntegro del informe se publica en el sitio CNMC y se puede consultar mediante el vínculo que figura en la nota de prensa

Reproducción permitida solo si se cita la fuente.