

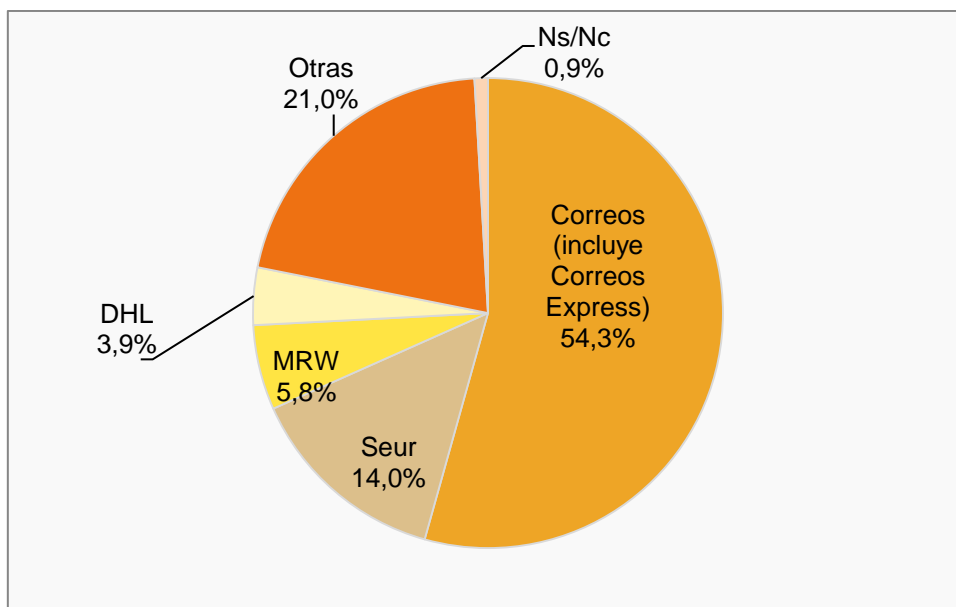
Más de la mitad de los usuarios que envió un paquete en el primer semestre del año lo hizo a través de Correos

- La cuota de Correos cayó más de cuatro puntos con respecto al mismo periodo de 2022, mientras que la de Seur aumentó en más de cinco.
- Casi un 21 % de los encuestados envió un paquete, la cifra más alta desde 2015.
- El precio de los envíos fue el aspecto con el que hubo más clientes insatisfechos.

Madrid, 17 de noviembre de 2023.- Correos continuó a la cabeza del envío de paquetes en España (54,3 %) durante la primera mitad de 2023. No obstante, su liderazgo se atenuó en beneficio de Seur (14 %), que aumentó su cuota más de cinco puntos respecto al mismo periodo 2022, según los resultados del último [Panel de Hogares de la CNMC](#) sobre paquetería y postal.

En ese mismo periodo, el 20,8 % de los encuestados envió algún paquete, la cifra más alta en la serie de este indicador, que nació en 2015 y que alcanzó su último pico en el primer semestre de 2022 (un 19 %).

Empresa con la que enviaron el último paquete (porcentaje de individuos, II-2023)



Universo: Individuos que han enviado un paquete en los últimos seis meses. Fuente: CNMCData.

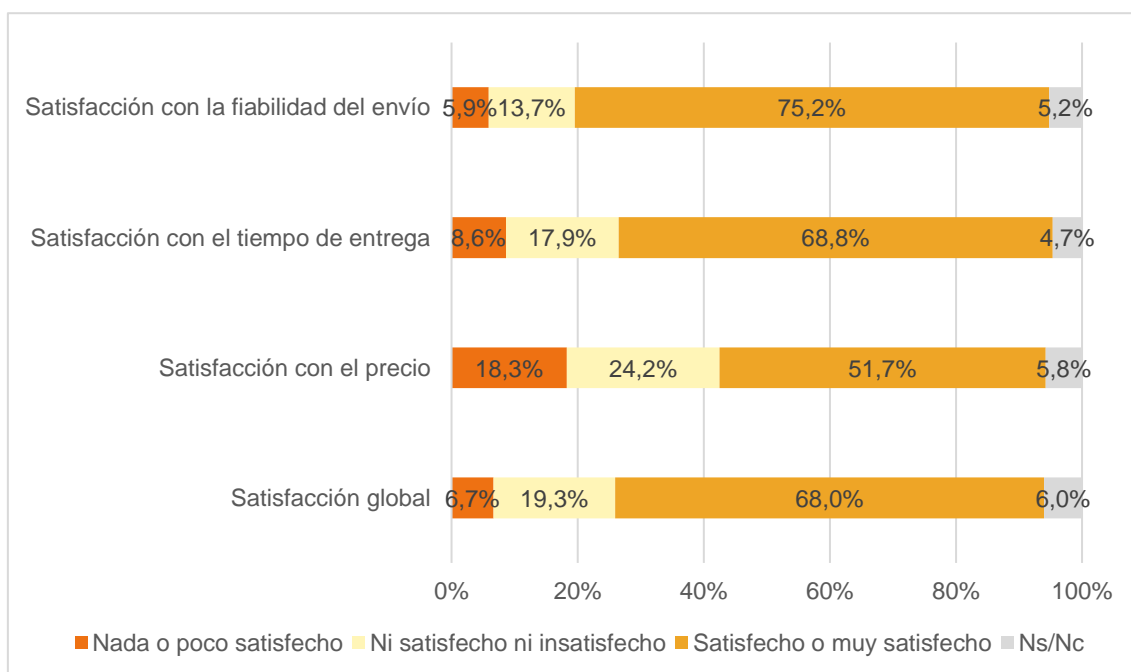
El prestador del servicio postal universal también fue la opción preferida entre los usuarios a la hora de enviar cartas. El 94,2 % de los individuos que enviaron una carta lo hicieron a través Correos. La mayor parte de éstas (un 81,9 %) fueron de tipo ordinario, frente al 11,1 % de tipo certificado.

En cuanto a las reclamaciones, solo el 1,8 % de los usuarios puso una reclamación a Correos.

Índices de satisfacción

El 68 % de los españoles que enviaron un paquete estuvo satisfecho con el servicio, frente al 71,3 % de 2022. De nuevo, el precio de los envíos fue el aspecto que produjo más insatisfacción (18,3 % de los clientes).

Indicadores de satisfacción con el envío de paquetes (porcentaje de individuos, II-2023)

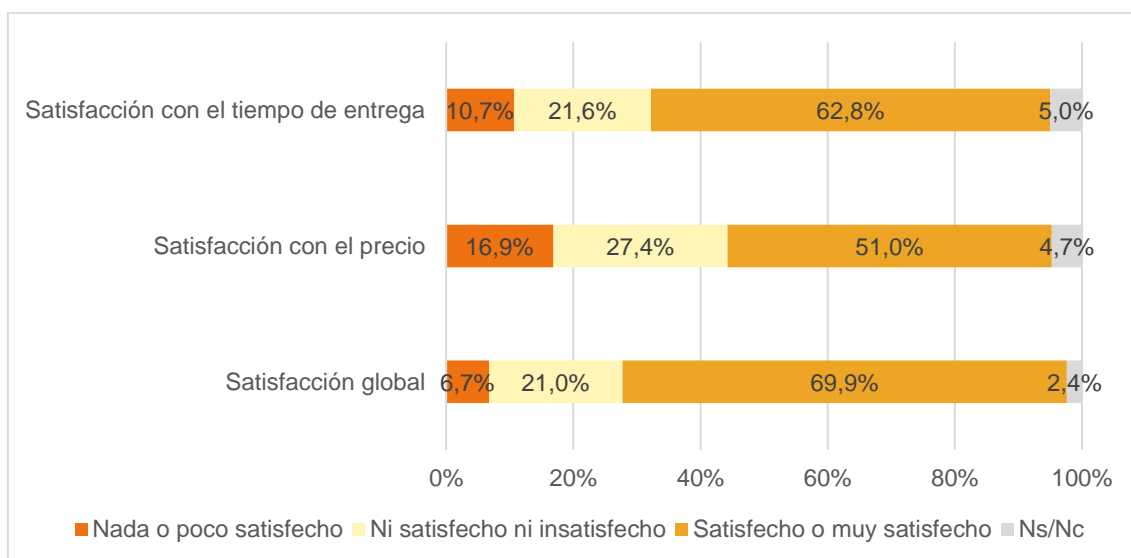


Universo: Individuos que han enviado un paquete en los últimos seis meses. Fuente: CNMCData.

En el caso de los envíos de cartas (satisfacción y precio), los resultados fueron similares a los de los paquetes y se mantuvieron estables respecto a 2022: un 70 % de los usuarios estuvo satisfecho con estos servicios. En cuanto al precio,

un 16,9 % opinó que los envíos eran caros, frente al 51 % que los consideró adecuados.

Indicadores de satisfacción con el envío de cartas (porcentaje de individuos, II-2023)

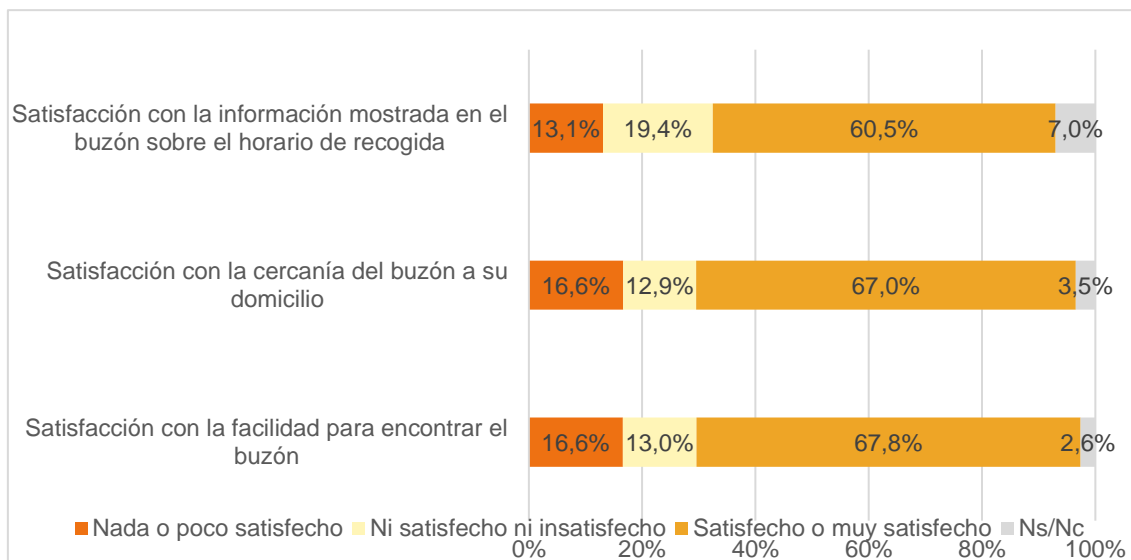


Universo: Individuos que han enviado una carta en los últimos seis meses. Fuente: CNMCDData.

En cuanto a los tiempos de entrega, la satisfacción con las cartas fue notablemente inferior –seis puntos– que en el caso de los paquetes. Así, un 62,8 % aseguró estar satisfecho o muy satisfecho con este aspecto en cuanto a las cartas, frente al 68,8 % respecto a los paquetes.

En relación con la satisfacción con los buzones de Correos, descendió comparada con el mismo periodo de 2022. El 67,8 % de los usuarios afirmó estar satisfecho con la facilidad para encontrar el buzón –frente al 72,2 % de 2022– y el 67 % se mostró satisfecho con la cercanía de este a su domicilio –frente al 71,9 % del año anterior–.

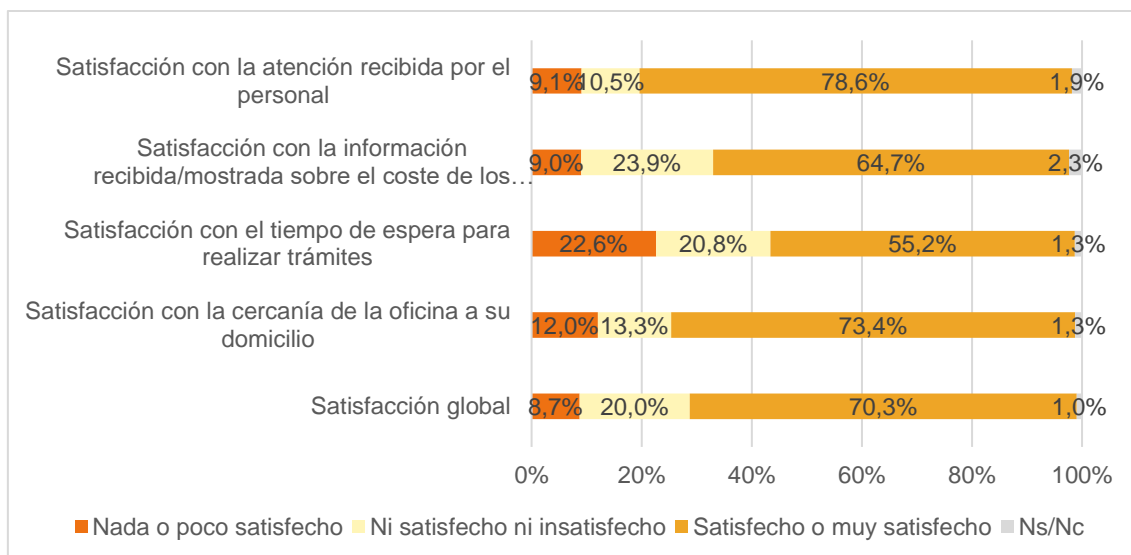
Indicadores de satisfacción con los buzones de Correos (porcentaje de individuos, II-2023)



Universo: Individuos que han visitado una oficina de Correos en los últimos seis meses. Fuente: CNMCData.

En el primer semestre de 2023, el 36,2% de los españoles acudieron a una oficina de Correos, un dato ligeramente inferior al del año anterior. Entre estos, 7 de cada 10 se mostraron satisfechos o muy satisfechos con el servicio, en un porcentaje similar al de 2022. La atención recibida fue el aspecto que más satisfacción generó (78,6 %) y el tiempo de espera, el factor peor valorado, con un 22,6 % de los usuarios descontentos con este aspecto.

Indicadores de satisfacción con las oficinas postales de Correos (porcentaje de individuos, II-2023)



Universo: Individuos que han visitado una oficina de Correos en los últimos seis meses. Fuente: CNMCData.

Metodología

Estos resultados forman parte del [Panel de Hogares de la CNMC](#), una encuesta a hogares e individuos de periodicidad semestral. La CNMC pretende recopilar información directamente de los ciudadanos a través de encuestas y análisis de las facturas de los servicios. El estudio es de naturaleza multisectorial y recoge datos relativos a los mercados de telecomunicaciones, audiovisuales, energía, postal y transporte, entre otros. La encuesta de esta oleada se llevó a cabo en el segundo trimestre de 2023 e incluyó a 5.217 hogares y 9.095 individuos. Esta herramienta aporta una información amplia y diversa, y permite a la CNMC conocer mejor el punto de vista de los consumidores.

Contenido relacionado:

- [CNMC Data](#)
- [Panel de Hogares CNMC 2022](#)