

# **INFORME ANUAL DEL SECTOR POSTAL (2022)**

**INF/DTSP/072/23**

Fecha: 06/07/2023

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

## ÍNDICE

|                                                                                          |    |
|------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| INTRODUCCIÓN .....                                                                       | 3  |
| 1. SERVICIOS POSTALES .....                                                              | 4  |
| 2. OPERADORES POSTALES.....                                                              | 6  |
| 2.1.    Número de operadores postales .....                                              | 7  |
| 2.2.    Distribución geográfica de los operadores postales .....                         | 8  |
| 2.3.    Forma jurídica de los operadores postales.....                                   | 8  |
| 2.4.    Distribución de los operadores postales por red.....                             | 9  |
| 3. EL MERCADO POSTAL EN ESPAÑA.....                                                      | 12 |
| 3.1.    Mercado postal .....                                                             | 12 |
| 3.1.1.    Indicadores del mercado postal.....                                            | 12 |
| 3.2.    Segmento SPT.....                                                                | 16 |
| 3.2.1.    Descripción de la oferta del segmento SPT.....                                 | 16 |
| 3.2.2.    Principales operadores del segmento SPT.....                                   | 16 |
| 3.2.3.    Indicadores del segmento SPT .....                                             | 17 |
| 3.2.3.1.    Cifra de negocios de los operadores del segmento SPT .....                   | 17 |
| 3.2.3.2.    Envíos e ingresos del segmento SPT .....                                     | 19 |
| 3.2.3.3.    Distribución de envíos e ingresos del segmento SPT por producto y flujo .... | 23 |
| 3.2.3.4.    Cuotas de mercado del segmento SPT .....                                     | 24 |
| 3.2.3.5.    Recursos del segmento SPT.....                                               | 27 |
| 3.3.    Segmento CEP .....                                                               | 31 |
| 3.3.1.    Descripción de la oferta del segmento CEP .....                                | 31 |
| 3.3.2.    Principales operadores del segmento CEP .....                                  | 31 |
| 3.3.3.    Indicadores del segmento CEP .....                                             | 34 |
| 3.3.3.1.    Cifra de negocios de los operadores del segmento CEP .....                   | 34 |
| 3.3.3.2.    Envíos e ingresos del segmento CEP .....                                     | 38 |
| 3.3.3.3.    Distribución de envíos e ingresos del segmento CEP por producto y flujo ...  | 42 |
| 3.3.3.4.    Cuotas de mercado del segmento CEP .....                                     | 43 |
| 3.3.3.5.    Recursos del segmento CEP .....                                              | 46 |
| 4. USO DE LOS SERVICIOS POSTALES Y COMERCIO ELECTRÓNICO                                  | 49 |
| 5. CONCLUSIONES .....                                                                    | 57 |
| ANEXO I. FUENTES DE INFORMACIÓN .....                                                    | 60 |
| ANEXO II. LISTADO DE LOS PRINCIPALES OPERADORES DEL<br>MERCADO POSTAL.....               | 61 |

## INTRODUCCIÓN

El artículo 8 de la Ley 3/2013, de 4 de junio, de creación de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (en adelante, CNMC) asigna a este organismo la competencia de supervisión y control del correcto funcionamiento del mercado postal. En ejercicio de esta función, y de lo indicado en el Reglamento (UE) 2018/644 del Parlamento Europeo y del Consejo de 18 de abril de 2018 sobre los servicios de paquetería transfronterizos, la CNMC publica todos los años un informe anual del sector postal, que en esta ocasión corresponde al año 2022. Los indicadores se han elaborado con los datos que requiere la CNMC a los principales operadores postales, así como con los datos facilitados por los usuarios de los servicios postales.

El primer apartado aclara el ámbito objetivo del informe: los servicios postales.

El segundo apartado incluye indicadores relativos al número de operadores postales y su distribución geográfica, por redes de distribución o forma jurídica. Para ello se han considerado los operadores postales inscritos en el Registro General de Empresas Prestadoras de Servicios Postales (en adelante, Registro postal). La gestión de este registro corresponde al Ministerio de Transportes, Movilidad y Agenda Urbana (en adelante, MITMA).

El tercer apartado incluye los indicadores elaborados con la información que la CNMC ha recabado de los operadores postales más importantes por número de empleados sobre su actividad en 2022. Para una mejor comprensión, el apartado se subdivide en tres partes; una general sobre el mercado postal en su conjunto, y las otras sobre los dos segmentos del sector postal: el sector postal tradicional (en adelante, segmento SPT) y el sector de la mensajería y la paquetería (en adelante, segmento CEP).

El cuarto apartado aborda el punto de vista del usuario de los servicios postales, haciendo hincapié en el comercio electrónico. Los datos que sirven de base para este apartado se han obtenido de CNMC Data<sup>1</sup>.

El último apartado se dedica a las conclusiones más importantes del informe.

---

<sup>1</sup> <https://data.cnmc.es/>

## 1. SERVICIOS POSTALES

El ámbito objetivo del presente informe son los servicios postales tal y como se definen en la Ley 43/2010, de 30 de diciembre, del servicio postal universal, de los derechos de los usuarios y del mercado postal (en adelante, Ley Postal). Según el artículo 3, servicios postales son *“cualesquiera servicios consistentes en la recogida, la admisión, la clasificación, el transporte, la distribución y la entrega de envíos postales”* y envío postal es: *“todo objeto destinado a ser expedido a la dirección indicada por el remitente sobre el objeto mismo o sobre su envoltorio, una vez presentado en la forma definitiva en la cual debe ser recogido, transportado y entregado.”*

*Además de los envíos de correspondencia incluirá la publicidad directa, los libros, catálogos, diarios, publicaciones periódicas y los paquetes postales que contengan mercancías con o sin valor comercial, cualquiera que sea su peso.*

*No se considerarán envío postal ni se podrán admitir como tales los envíos que contengan objetos cuyo tráfico o circulación esté prohibido o sea delito, de acuerdo con las Leyes y convenios internacionales en vigor en España. Reglamentariamente se determinarán los supuestos constitutivos de envíos prohibidos.*

*Las dimensiones mínimas y máximas de los envíos postales considerados serán las establecidas en las disposiciones pertinentes adoptadas por la Unión Postal Universal”.*

La Ley Postal garantiza a todos los usuarios el servicio postal universal (en adelante, SPU). En ese sentido, el artículo 8 de la Ley Postal establece que *“Los usuarios tendrán derecho a un servicio postal universal de calidad prestado de forma permanente, en todo el territorio nacional y a precios asequibles”*, y el artículo 21 que *“Se incluyen en el ámbito del servicio postal universal las actividades de recogida, admisión, clasificación, transporte, distribución y entrega de envíos postales nacionales y transfronterizos en régimen ordinario de:*

- a) Cartas y tarjetas postales que contengan comunicaciones escritas en cualquier tipo de soporte de hasta dos kilogramos de peso.*
- b) Paquetes postales, con o sin valor comercial, de hasta veinte kilogramos de peso.*

*El servicio postal universal incluirá, igualmente, la prestación de los servicios de certificado y valor declarado, accesorios de los envíos contemplados en este apartado.”*

La disposición adicional primera de la Ley Postal determina que el operador designado para la prestación del SPU hasta el 31 de diciembre de 2025 es la Sociedad Estatal Correos y Telégrafos, S.M.E, (en adelante, Correos).

## 2. OPERADORES POSTALES

El artículo 3 de la Ley Postal define operador postal como *“la persona natural o jurídica que, con arreglo a esta ley, presta uno o varios servicios postales. El tercero que preste servicios postales en exclusiva para un único remitente que actúe en régimen de autoprestación queda excluido de esta definición.”*

Los operadores postales tienen la obligación de inscribirse en el Registro postal según determina el artículo 39 de la Ley Postal<sup>2</sup>. Por lo tanto, hay que recurrir al citado registro para conocer las empresas habilitadas para prestar servicios postales en España<sup>3</sup>.

El Registro postal se estructura en dos secciones<sup>4</sup>:

- Sección A: donde están inscritos los operadores que prestan servicios postales no incluidos en el ámbito del SPU, habilitados mediante la presentación de declaración responsable. Es decir, gestionan envíos urgentes o con valores añadidos como entregas en fecha u hora concertadas, recogida en punto de origen, entrega personalizada, trazabilidad o prestación a demanda personalizada del cliente. También se incluyen aquí servicios de envíos de publicidad directa y paquetes de más de 20 kgs.
- Sección B: donde están inscritos los operadores que prestan servicios postales incluidos en el ámbito del SPU, habilitados mediante autorización administrativa singular. Estos operadores

---

<sup>2</sup> “Todas las situaciones administrativas, así como los datos relativos a los prestadores de servicios postales habrán de inscribirse en el Registro General de Empresas Prestadoras de Servicios Postales”. La gestión del Registro postal está atribuida a la Subdirección General de Régimen Postal del MITMA.

<sup>3</sup> Antes de analizar la información contenida en el Registro postal conviene tener en cuenta que existe otro registro oficial cuya inscripción habilita para la prestación de los servicios postales: el Registro de Empresas y Actividades de Transporte. La inscripción en este último registro, según el artículo 41 de la Ley Postal, habilita para la prestación de los servicios postales no incluidos en el ámbito del SPU, sin perjuicio de la presentación de la correspondiente declaración responsable. El Registro de Empresas y Actividades de Transporte depende también del MITMA y se encuentra regulado por la Ley 16/87, de 30 de julio, de Ordenación de los Transportes Terrestres y el Real Decreto 1211/90, de 28 de septiembre, por el que se aprueba el Reglamento de la Ley de Ordenación de los Transportes Terrestres.

<sup>4</sup> No existe una correlación entre las secciones del Registro postal y los segmentos SPT y CEP analizados en este informe. Sin embargo, teniendo en cuenta los servicios para los que habilita la inscripción en cada una de las secciones, se puede equiparar la sección A con el segmento CEP y la sección B con el segmento SPT.

gestionan cartas y paquetes de hasta 20 kg. en régimen ordinario, aunque pueden incluir los valores de certificado o valor declarado.

Los operadores habilitados para prestar todos los servicios postales están inscritos en las dos secciones.

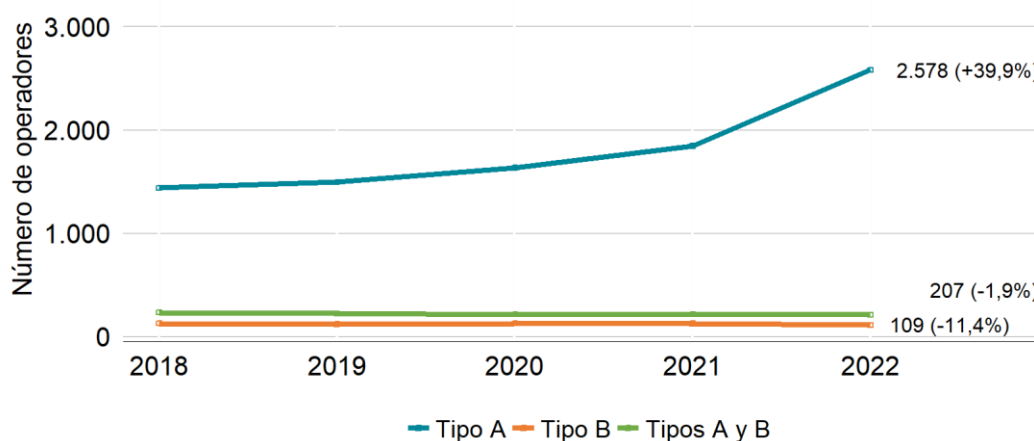
En los siguientes apartados se refieren los indicadores relativos a las inscripciones en el Registro postal. La fuente de información es la memoria anual que publica dicho registro<sup>5</sup>.

## 2.1. Número de operadores postales

El número de operadores postales inscritos en el Registro postal<sup>6</sup> se ha incrementado en un 32,9% en el año 2022 respecto de 2021, esto es, en 717 operadores, hasta alcanzar un total de 2.894.

Al igual que en años anteriores, el aumento global solo se produjo por las inscripciones en la Sección A, que se incrementaron en un 39,9%; las inscripciones en la Sección B y las inscripciones en ambas secciones disminuyeron un 11,4% y 1,9 %, respectivamente.

**Gráfico 1. Evolución del número de operadores postales (2018-2022)**



Fuente: Registro General de Empresas Prestadoras de Servicios Postales

<sup>5</sup>

[https://www.mitma.gob.es/recursos\\_mfom/comodin/recursos/memoria\\_registro\\_g\\_empresas\\_postales\\_2021.pdf](https://www.mitma.gob.es/recursos_mfom/comodin/recursos/memoria_registro_g_empresas_postales_2021.pdf).

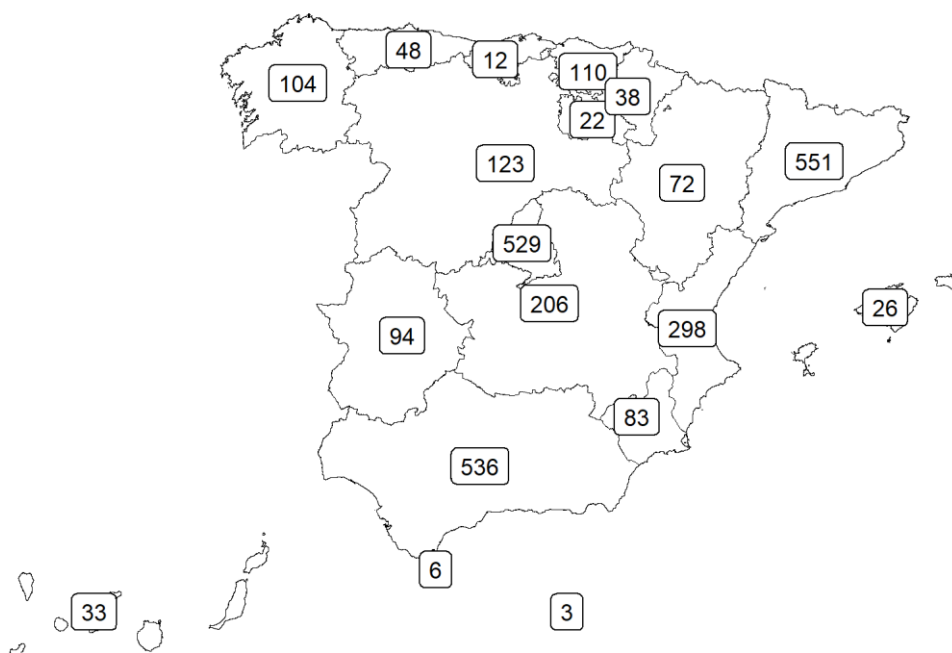
<sup>6</sup> A 31 de diciembre de 2022.

## 2.2. Distribución geográfica de los operadores postales

En la distribución de operadores postales por comunidades autónomas Cataluña (551), Andalucía (536) y Madrid (529) se mantienen a la cabeza en número de inscritos en el Registro postal. La suma de Cataluña, Madrid y Andalucía representó en 2022 el 55,8% del total de inscritos.

En términos de variación interanual fueron Castilla la Mancha (+92,5%), Aragón (+75,6%) y Asturias (+50%) las que más inscripciones recibieron y Canarias (-8,3%) y Cantabria (-7,7%) las que más inscritos perdieron en 2022.

**Gráfico 2. Distribución geográfica de los operadores postales (2022)**



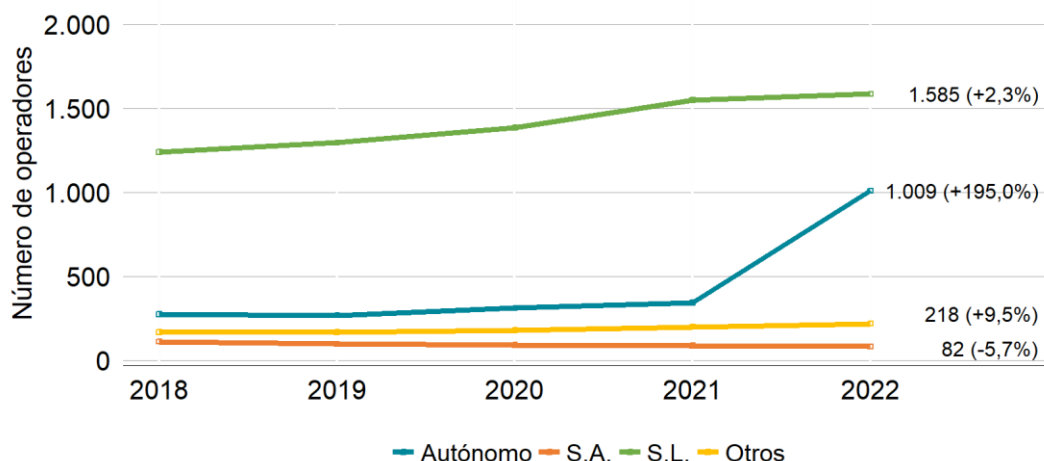
*Fuente: Registro General de Empresas Prestadoras de Servicios Postales*

## 2.3. Forma jurídica de los operadores postales

El auge de la venta online ha supuesto una gran transformación del sector postal incrementando la importancia de la cadena logística y provocando la aparición de nuevos actores en el último eslabón de esa cadena: “la última milla”.

El número de autónomos ha alcanzado un total de 1.009 inscritos, que representan el 34,9% de los operadores postales en 2022 (frente al 15,7% en 2021). El 54,8% de los inscritos son sociedades limitadas y el 2,8% sociedades anónimas<sup>7</sup>.

**Gráfico 3. Número de operadores por forma jurídica (2018-2022)**



Fuente: Registro General de Empresas Prestadoras de Servicios Postales

## 2.4. Distribución de los operadores postales por red

Los operadores postales organizados en redes de franquicias con colaboradores, agentes y vinculaciones jurídicas similares suponen en 2022 el 49,8% de las empresas inscritas en el Registro postal<sup>8</sup>.

<sup>7</sup> La CNMC en resolución de 24 de septiembre de 2020 (<https://www.cnmc.es/expedientes/stpdtsp00620>) resolvió que las empresas Amazon Spain Fulfillment, S.L. y Amazon Road Transport Spain, S.L. debían ser consideradas operadores postales, instándoles a su inscripción en el Registro postal, y a que exigieran a sus empresas y autónomos colaboradores que presentaran la correspondiente declaración responsable para que el MITMA procediera a su inscripción en el Registro postal.

<sup>8</sup> A la hora de inscribirse los operadores son invitados a indicar si forman o no parte de una red.

**Tabla 1. Distribución de empresas inscritas por red (2022)**

| Marca                   | Número | Porcentaje |
|-------------------------|--------|------------|
| MRW                     | 346    | 12,0%      |
| GLS                     | 254    | 8,8%       |
| NACEX                   | 206    | 7,1%       |
| MAIL BOXES ETC          | 198    | 6,8%       |
| AMAZON                  | 172    | 5,9%       |
| TIPSA                   | 119    | 4,1%       |
| ENVIALIA                | 37     | 1,3%       |
| DHL                     | 23     | 0,8%       |
| SEUR                    | 21     | 0,7%       |
| CTT                     | 16     | 0,6%       |
| FEDEX                   | 15     | 0,5%       |
| OTRAS REDES             | 35     | 1,2%       |
| NO PERTENECEN A UNA RED | 1,452  | 50,2%      |

*Fuente: Registro General de Empresas Prestadoras de Servicios Postales*

En la siguiente tabla se encuentran los principales indicadores de este apartado.

**Tabla 2. Principales Indicadores del Registro postal (2022)**

| Concepto                       | Indicador                  | Dato  | Variación  |
|--------------------------------|----------------------------|-------|------------|
| Número de operadores           | Tipo A                     | 2.578 | +39,9%     |
|                                | Tipo B                     | 109   | -11,4%     |
|                                | Tipos A y B                | 207   | -1,9%      |
| Distribución Geográfica        | Andalucía                  | 18,5% | +0,7 p.p.  |
|                                | Cataluña                   | 19,0% | -0,5 p.p.  |
|                                | Resto de comunidades       | 62,4% | -0,1 p.p.  |
| Red Sección A<br>(Franquicias) | GLS                        | 8,8%  | -3,5 p.p.  |
|                                | MRW                        | 12,0% | -4,4 p.p.  |
|                                | NO PERTENECEN A<br>UNA RED | 50,2% | +12,0 p.p. |
|                                | Resto Franquicias          | 29,1% | -4,1 p.p.  |
| Forma Jurídica                 | Autónomo                   | 34,9% | +19,2p.p.  |
|                                | Otros                      | 7,5%  | -1,6p.p.   |
|                                | S.A.                       | 2,8%  | -1,2p.p.   |
|                                | S.L.                       | 54,8% | -16,4p.p.  |

*Fuente: Registro General de Empresas Prestadoras de Servicios Postales*

### 3. EL MERCADO POSTAL EN ESPAÑA

Para analizar el mercado postal en España se diferencian dos segmentos: el segmento postal tradicional (SPT) y el segmento de servicios de mensajería y paquetería (CEP). El segmento SPT se enfrenta a una profunda transformación digital que ha acelerado la reducción de las comunicaciones postales mientras que los hábitos de las compras on-line incrementan el segmento CEP.

Los indicadores que aparecen en este apartado se han elaborado a partir de los datos obtenidos de una muestra de operadores postales, en concreto los que tuvieron, en media, en 2022, 50 o más trabajadores<sup>9</sup>. Se han excluido de la muestra los operadores cuya actividad está más relacionada con el transporte o con la mera intermediación en la captación de envíos, cuya inclusión provocaría la doble contabilización de los envíos. Se ha consultado, pues, a 27 operadores postales, que han facilitado datos propios y de otras empresas colaboradoras o pertenecientes a su red. En total, los datos recogidos corresponden a la actividad de unas 1.500 empresas.

La presente sección mostrará primero una visión conjunta del mercado y después el análisis separado de los dos segmentos SPT y CEP.

#### 3.1. Mercado postal

##### 3.1.1. Indicadores del mercado postal

En el conjunto del mercado postal español y en el año 2022 se gestionaron 2.535 millones de envíos y el sector obtuvo 7.746,6 millones de euros de ingresos. Como en años anteriores, el grueso de los envíos lo aporta el segmento SPT con un 59% del total, y la mayoría de los ingresos corresponden al segmento CEP con un 85% del total<sup>10</sup>.

Las anteriores cifras suponen un descenso del 10,1% en el número de envíos respecto al año anterior, y un aumento del 0,4% en los ingresos.

Se observa un comportamiento distinto entre los segmentos SPT y CEP. El descenso del 10,1% del conjunto de los envíos se desglosa en una disminución del 13,7% en el segmento SPT y del 4,4% en el segmento

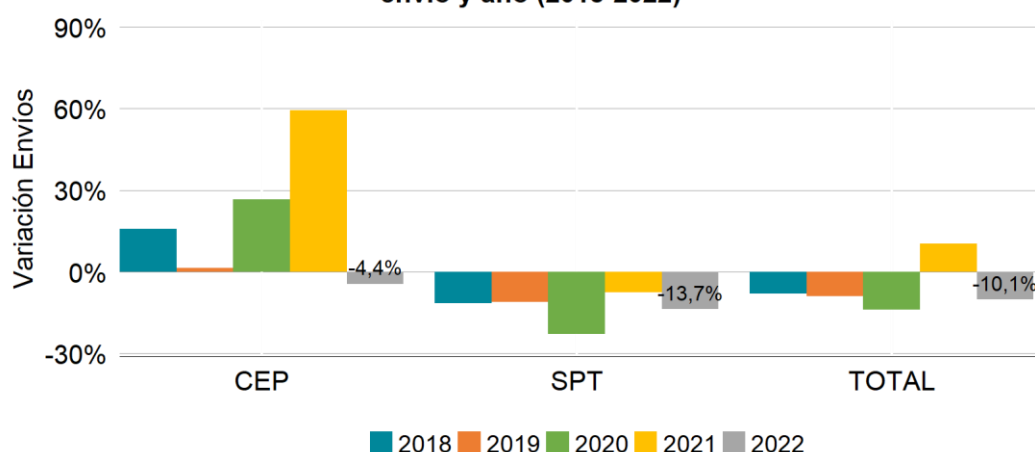
---

<sup>9</sup> Este criterio fue adoptado por la CNMC en línea con lo marcado por el Reglamento (UE) 2018/644 del Parlamento Europeo y del Consejo de 18 de abril de 2018 sobre los servicios de paquetería transfronterizos.

<sup>10</sup> Por el mayor ingreso unitario del segmento CEP, como se verá más adelante.

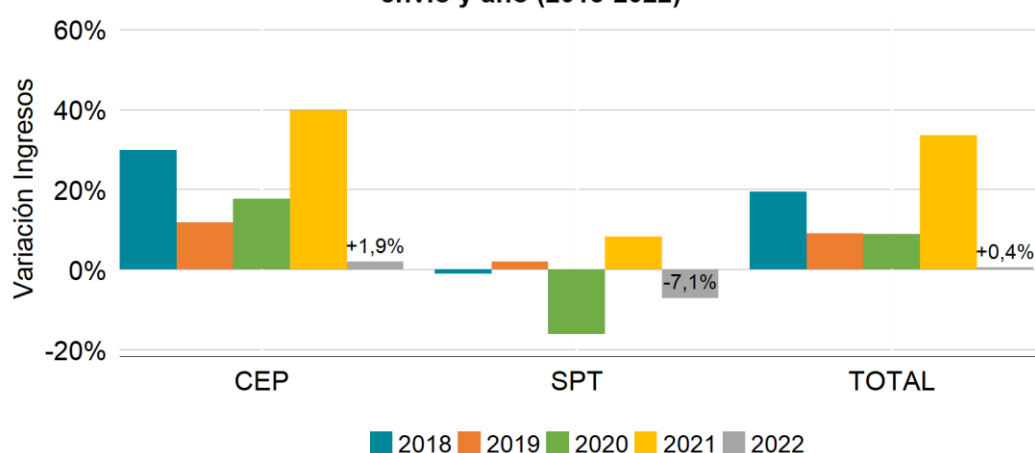
CEP, mientras que el aumento de los ingresos del 0,4% se corresponde con un descenso en el segmento SPT del 7,1% y un incremento del 1,9% en el segmento CEP<sup>11</sup>.

**Gráfico 4. Variación de los envíos en el mercado postal por tipo de envío y año (2018-2022)**



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

**Gráfico 5. Variación de los ingresos en el mercado postal por tipo de envío y año (2018-2022)**



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

<sup>11</sup> Por resolución de 24 de septiembre de 2020 (STP/DTSP/006/20) la CNMC determinó que dos sociedades del Grupo Amazon, Amazon Spain Fulfillment S.L. (ASF) y Amazon Road Transport Spain S.L. (ARTS), tienen la condición de operadores postales. El informe anual del sector postal 2021 incorporó por primera vez los datos de las dos, evitando la doble contabilización por los servicios que ARTS presta a ASF. La inclusión de los datos en ese informe afectó a todas las series del segmento CEP, de modo que las variaciones de dichos indicadores entre 2020 y 2021 deben interpretarse teniendo en cuenta esta circunstancia.

**Tabla 3. Principales Indicadores del Mercado Postal (2022)<sup>12</sup>**

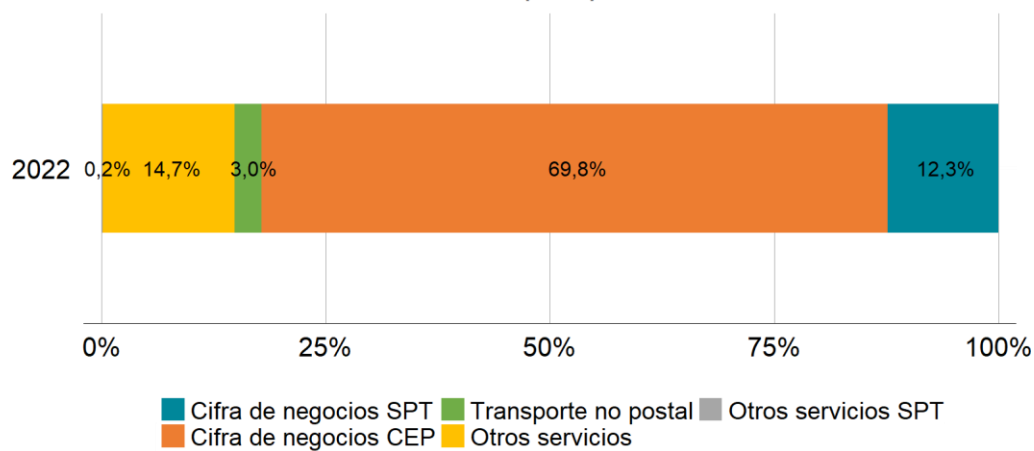
| Concepto                         | Indicador        | Dato     | Variación |
|----------------------------------|------------------|----------|-----------|
| Envíos e Ingresos Mercado Postal | Envíos           | 2.535,0M | -10,1%    |
|                                  | Ingresos (€)     | 7.746,6M | +0,4%     |
| Envíos e Ingresos SPT            | Envíos           | 1.495,1M | -13,7%    |
|                                  | % sobre el total | 59,0%    | -2,4p.p.  |
|                                  | Ingresos (€)     | 1.159,8M | -7,1%     |
|                                  | % sobre el total | 15,0%    | -1,2p.p.  |
| Envíos e Ingresos CEP            | Envíos           | 1.039,9M | -4,4%     |
|                                  | % sobre el total | 41,0%    | +2,4p.p.  |
|                                  | Ingresos (€)     | 6.586,7M | +1,9%     |
|                                  | % sobre el total | 85,0%    | +1,2p.p.  |

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

Los operadores postales no solo realizan actividades postales. Así, del total de la cifra de negocios de los operadores de la muestra, el 69,8% procede del segmento CEP y el 12,3% del segmento SPT. Otras actividades no postales completan la cifra.

<sup>12</sup> Si bien el segmento SPT refleja datos ajustados a lo que se pretende describir, el segmento CEP es un mercado atomizado donde es difícil distinguir entre lo que es postal y lo que se podría considerar logística. Así, servicios de *fulfillment* (el conjunto de procesos que incluye la recepción y almacenamiento del inventario, la preparación de los pedidos y su posterior distribución o envío hasta el destinatario final) o de *picking* y *packing* (preparación de pedidos en almacén) se mezclan con los servicios de paquetería tradicionales. Los grandes *Marketplace* (plataformas que sirven de intermediarias entre vendedores y clientes) gestionan esos procesos y externalizan las actividades que precisan de mano de obra de forma intensiva. Es ahí donde surgen las empresas de distribución de última milla, generalmente de ámbito local y con pocos trabajadores. Asimismo, las redes de distribución estiman los datos de sus franquiciados o empresas colaboradoras en base a los envíos que circulan por su red, pero desconocen los envíos que distribuyen estas empresas fuera de la red de la empresa o marca matriz.

**Gráfico 6. Cuota de la cifra de negocio de la muestra desglosada por actividad (2022)**



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

## 3.2. Segmento SPT

### 3.2.1. Descripción de la oferta del segmento SPT

En el segmento SPT se ofertan los productos postales más tradicionales; fundamentalmente cartas y tarjetas postales ordinarias, que son un tipo de producto de pequeño tamaño, peso reducido, distribuido por repartidores a pie, entrega en casilleros domiciliarios y un solo intento de entrega.

Además de las cartas y las tarjetas postales, el segmento SPT incluye también las cartas certificadas y notificaciones, con entrega que suele ser en mano y con más de un intento de entrega. También dentro del segmento SPT se incluyen productos como la publicidad directa y otras publicaciones.

Es importante esclarecer el tratamiento que se da en este informe a un tipo de producto cuyas características están a medio camino entre el segmento SPT y el segmento CEP. Se trata de los productos asimilables a la paquetería pero que son distribuidos mediante la red de distribución postal tradicional, sin valores añadidos y sin indemnización por retraso en la entrega. Por características como sus plazos de entrega poco exigentes, ausencia de valores añadidos y falta de indemnización podría incluirse dentro del segmento SPT. Por características como sus mayores dimensiones, productos sustitutivos y difícil entrega en casilleros domiciliarios, serían más propios del segmento CEP. En línea con la realidad del mercado y los criterios seguidos por los organismos internacionales, se ubica a este tipo de productos dentro del segmento CEP.

### 3.2.2. Principales operadores del segmento SPT

En el mercado postal tradicional español operan 8 empresas con al menos 50 empleados<sup>13</sup>. Puede distinguirse entre el operador público<sup>14</sup> y el resto de operadores SPT.

---

<sup>13</sup> Respecto a la muestra del año anterior los principales cambios han sido la inclusión de Correo Inteligente Postal y la exclusión de Aravinc y Ontime, que han dejado de operar en este segmento.

<sup>14</sup> En este apartado dedicado al segmento SPT, siempre que se hable de operador público se estará haciendo mención únicamente a la empresa Sociedad Estatal Correos y Telégrafos, S.A. porque Correos Express Paquetería Urgente, S.A. no tiene actividad dentro del segmento SPT. Ambas empresas tienen actividad en el segmento CEP y, por tanto, en la sección sobre el segmento CEP en el operador público estarán incluidas las dos.

**Tabla 4. Principales operadores del segmento SPT (2022)**

| Tipología                  | Operador         | Marca                                                                               |
|----------------------------|------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| Operador público (Correos) | CORREOS          |  |
|                            | AKROPOST         |  |
|                            | ASENDIA          |  |
|                            | CI POSTAL        |  |
| Resto de operadores SPT    | GUREAK MARKETING |  |
|                            | HISPAPOST        |  |
|                            | RD POST          |  |
|                            | SPRING GDS       |  |

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

### 3.2.3. Indicadores del segmento SPT

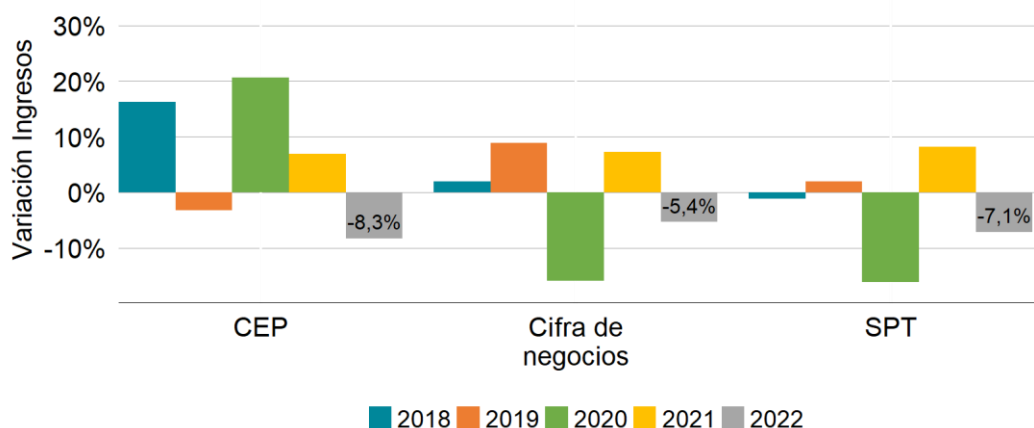
#### 3.2.3.1. Cifra de negocios de los operadores del segmento SPT

En 2022 la cifra de negocios de los operadores SPT (dato de cuentas anuales, incluyendo todo tipo de ingresos, los provenientes de actividades postales y de actividades no postales) descendió un 5,4% hasta los 1.739 millones de euros.

Los ingresos procedentes de otras actividades no han podido compensar los descensos de las actividades postales. Así, los ingresos provenientes de los productos propiamente SPT descendieron un 7,1% y los de CEP un 8,3%<sup>15</sup>.

<sup>15</sup> Aunque los operadores de este segmento se dedican fundamentalmente al segmento SPT, también están presentes en el segmento CEP.

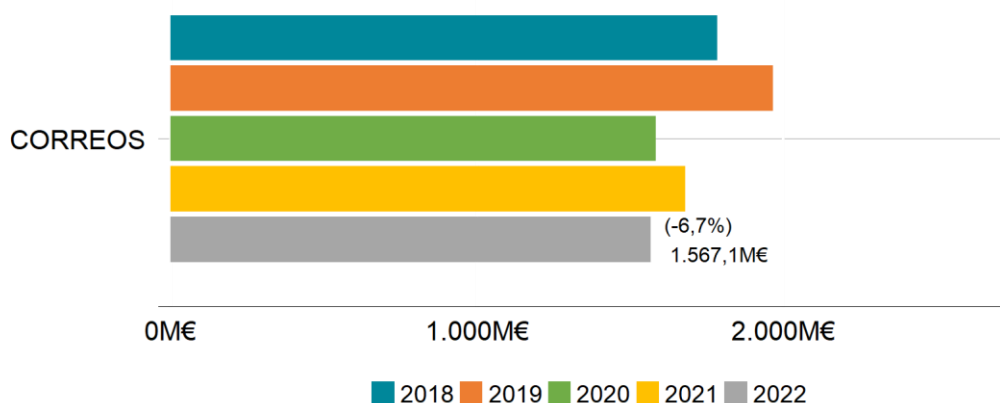
**Gráfico 7. Variación de la cifra de negocios de los operadores del segmento SPT por año y tipo de envío (2018-2022)**



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

Por tipo de operador, el operador público cerró 2022 con 1.567,1 millones de euros de cifra de negocios, lo que supuso un descenso del 6,7% respecto al año anterior, situándose en niveles de ingresos inferiores incluso a los de 2020, cuando el impacto de la pandemia provocó un descenso del 19,5% hasta 1.583,3 millones de euros.

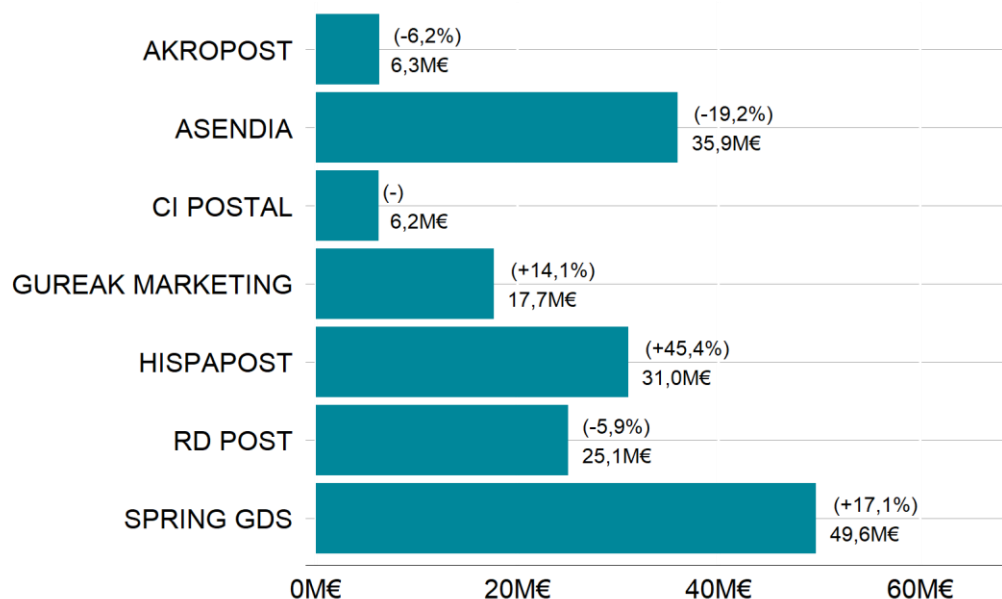
**Gráfico 8. Evolución de la cifra de negocios del operador público Correos en el segmento SPT por año (2018-2022)**



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

El resto de los operadores SPT alcanzaron los 171,8 millones de euros de cifra de negocios en 2022, un 9,4% más que en 2021. Los operadores que más aumentaron su cifra de negocios fueron Hispapost (+45,4%), Spring GDS (+17,1%) y Gureak (+14,1%).

**Gráfico 9. Evolución de la cifra de negocios del resto de operadores del segmento SPT por año (2022)**

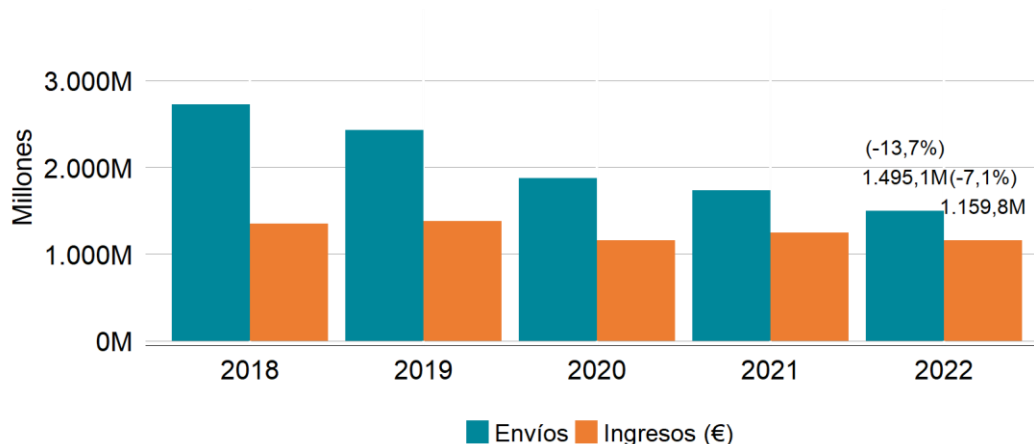


*Fuente: Elaboración propia a partir de datos aportados por las empresas*

### 3.2.3.2. Envíos e ingresos del segmento SPT

En el segmento SPT se alcanzaron en 2022 los 1.495,1 millones de envíos (con una bajada del 13,7% respecto a 2021) y los 1.159,8 millones de euros de ingresos (un 7,1% de descenso respecto a 2021). Los descensos en el número de envíos siguen año tras año y desde 2015 el descenso acumulado es del 57,4%. La evolución de los ingresos también ha sido negativa; desde 2015 los ingresos han disminuido un 12,9%. Los incrementos en tarifas y la oferta de valores añadidos asociados a los productos justifican esas diferencias.

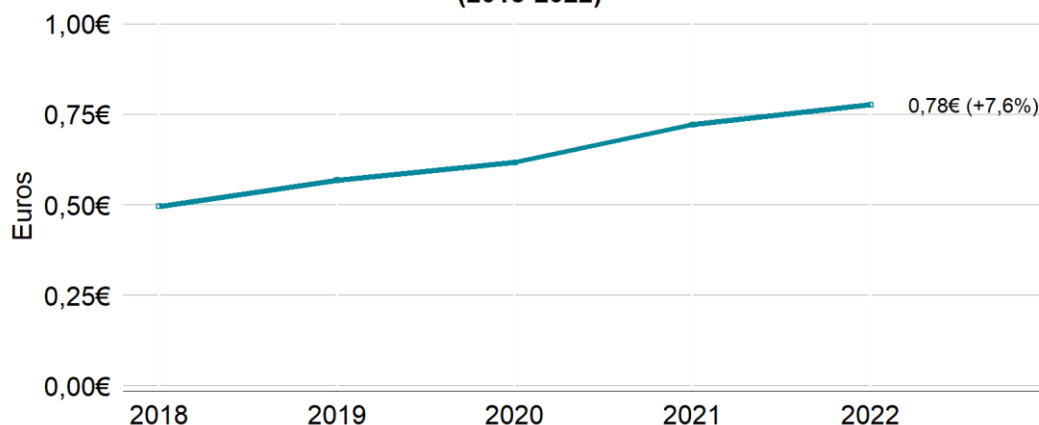
**Gráfico 10. Evolución de los envíos e ingresos del segmento SPT por año (2018-2022)**



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

El ingreso unitario<sup>16</sup> ha pasado de los 0,72 euros de 2021 a los 0,78 euros de 2022, aumentando un 7,6%.

**Gráfico 11. Evolución del ingreso unitario del segmento SPT por año (2018-2022)**

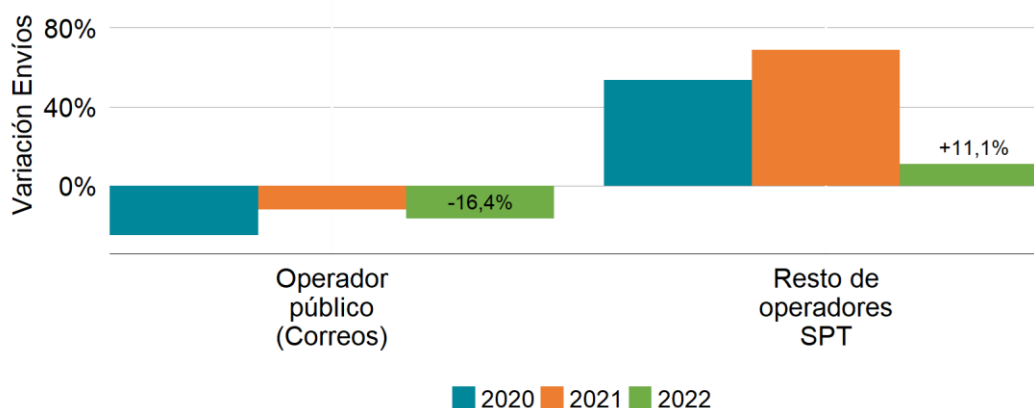


Fuente: Elaboración propia a partir de datos aportados por las empresas

Por tipo de operador, mientras que el operador público perdió un 16,4% de los envíos, el resto de los operadores SPT ganaron un 11,1% (en 2021 el incremento fue de un 68,6% respecto a 2020). Si bien el operador público sigue manteniendo una cuota de mercado muy alta, esta desciende de casi el 90% al 87% en términos de envíos.

<sup>16</sup>El ingreso unitario se calcula dividiendo los ingresos entre el número de envíos.

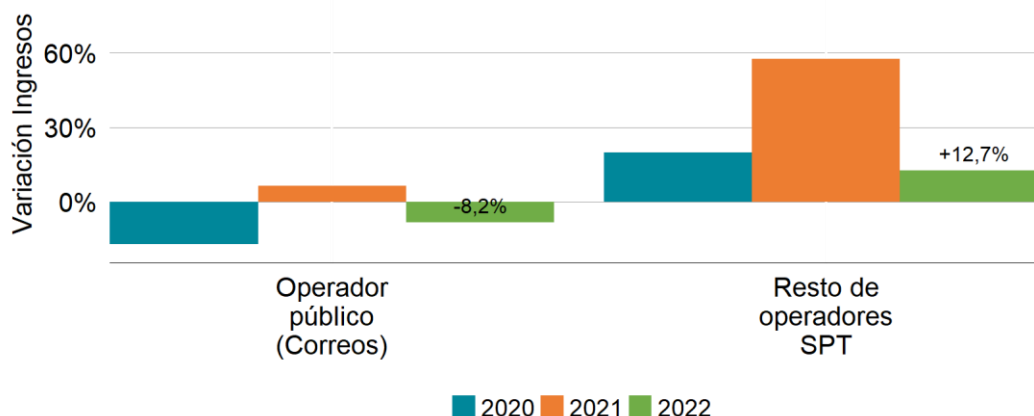
**Gráfico 12. Variación de los envíos del segmento SPT por año y tipología de operador (2020-2022)**



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

En el caso de los ingresos, en el operador público el descenso fue del 8,2% mientras que en el resto de operadores el incremento fue del 12,7%.

**Gráfico 13. Variación de los ingresos del segmento SPT por año y tipología de operador (2020-2022)**

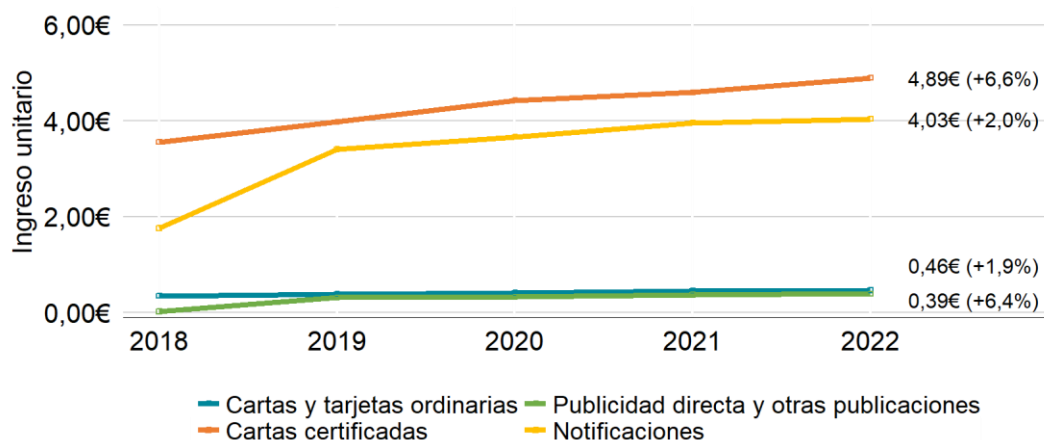


Fuente: Elaboración propia a partir de datos aportados por las empresas

Por productos, los ingresos unitarios de las cartas y tarjetas postales aumentaron un 1,9% y los de la publicidad directa y otras publicaciones un 6,4%.

Los ingresos unitarios de las cartas certificadas y notificaciones ascendieron un 6,6% y un 2,0% respectivamente. El ingreso unitario de estos productos es muy superior porque su precio incluye los valores añadidos de acuse de recibo o prueba de entrega electrónica, de retorno de información y de gestión de segundo intento de entrega.

**Gráfico 14. Evolución del ingreso unitario del segmento SPT por año y tipo de producto (2018-2022)**

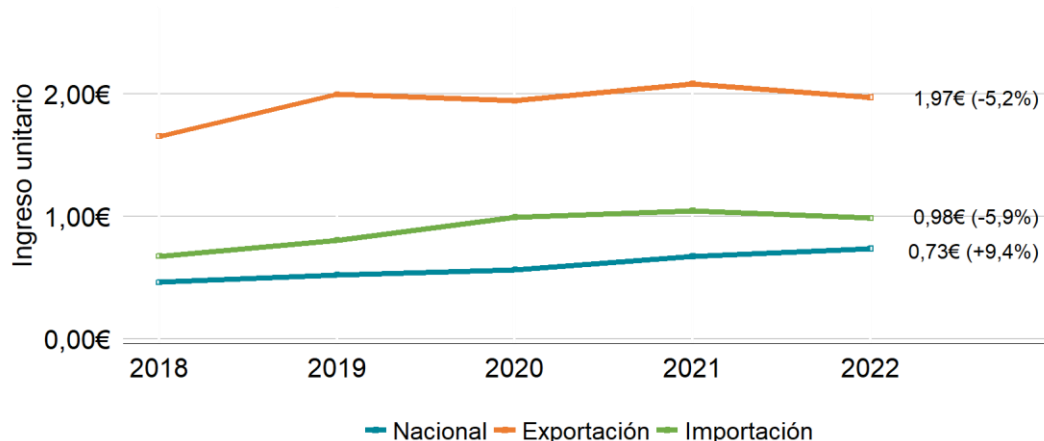


*Fuente: Elaboración propia a partir de datos aportados por las empresas*

Las diferencias entre los precios de catálogo y los ingresos unitarios de productos postales de este informe se justifican por los descuentos que se hacen a los grandes clientes en función del volumen de envíos, el grado de clasificación con que los entregan y su regularidad.

Por origen y destino de los envíos, el ingreso unitario nacional continúa ascendiendo hasta alcanzar los 0,73 euros en 2022, un 9,4% más que en 2021, y los flujos de exportación e importación tuvieron ingresos unitarios de 1,97 euros (-5,2%) y 0,98 euros (-5,9%), respectivamente.

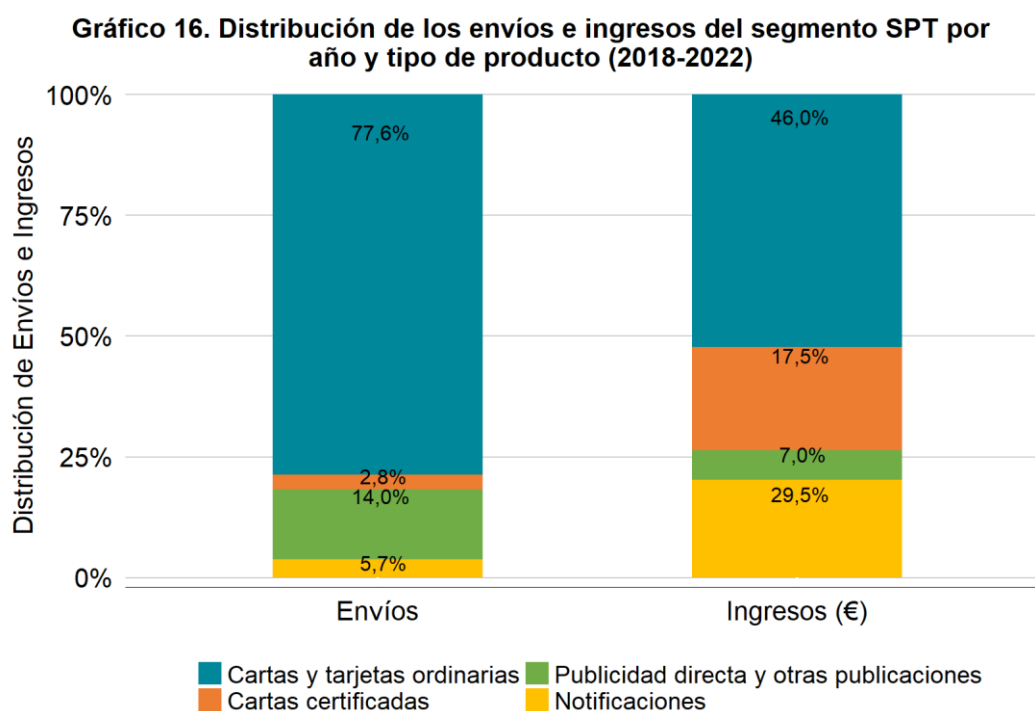
**Gráfico 15. Evolución del ingreso unitario del segmento SPT por año y flujo (2018-2022)**



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

### 3.2.3.3. Distribución de envíos e ingresos del segmento SPT por producto y flujo

Un año más, el producto que representa un mayor porcentaje de los envíos (77,6%) e ingresos (46%) del segmento SPT son las cartas y tarjetas postales ordinarias. El siguiente producto por número de envíos es la publicidad directa y otras publicaciones, con un 14% del total de envíos, y el segundo por ingresos son las notificaciones, con un 29,5% del total de los ingresos del segmento SPT<sup>17</sup>.

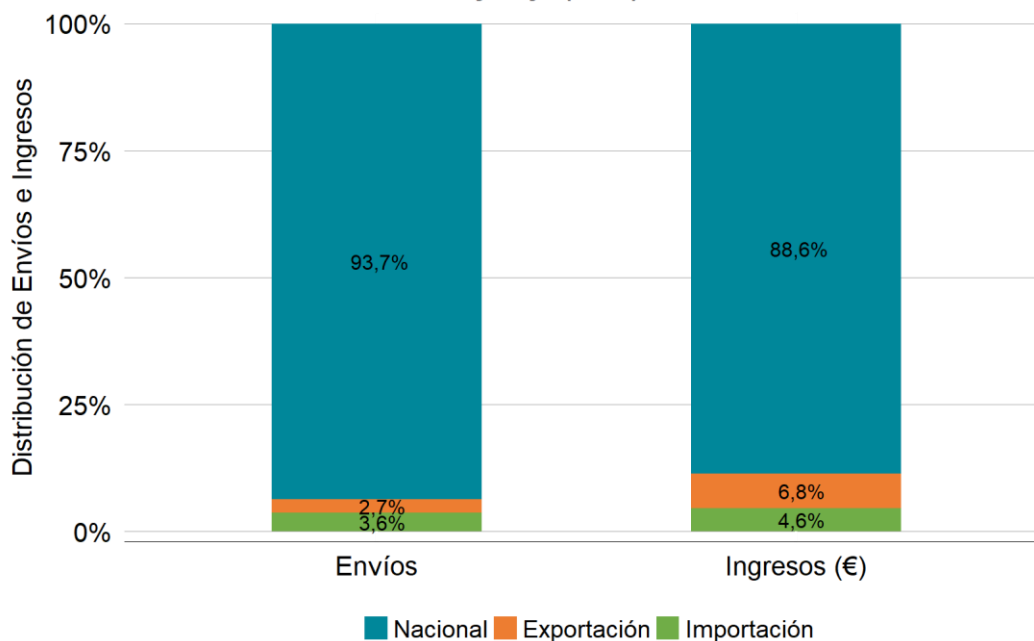


*Fuente: Elaboración propia a partir de datos aportados por las empresas*

Por origen y destino de los envíos, el flujo nacional representa el 93,7% de los envíos y el 88,6% de los ingresos del segmento SPT.

<sup>17</sup> Por el mayor ingreso unitario de las notificaciones.

**Gráfico 17. Distribución de los envíos e ingresos del segmento SPT por año y flujo (2022)**

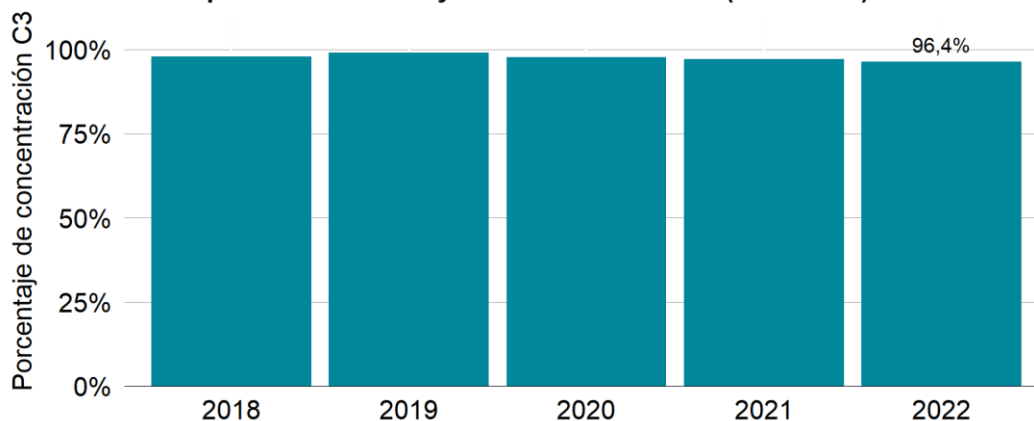


*Fuente: Elaboración propia a partir de datos aportados por las empresas*

### 3.2.3.4. Cuotas de mercado del segmento SPT

En 2022, el índice de concentración C3 en términos de envíos fue del 96,4%, como es habitual.

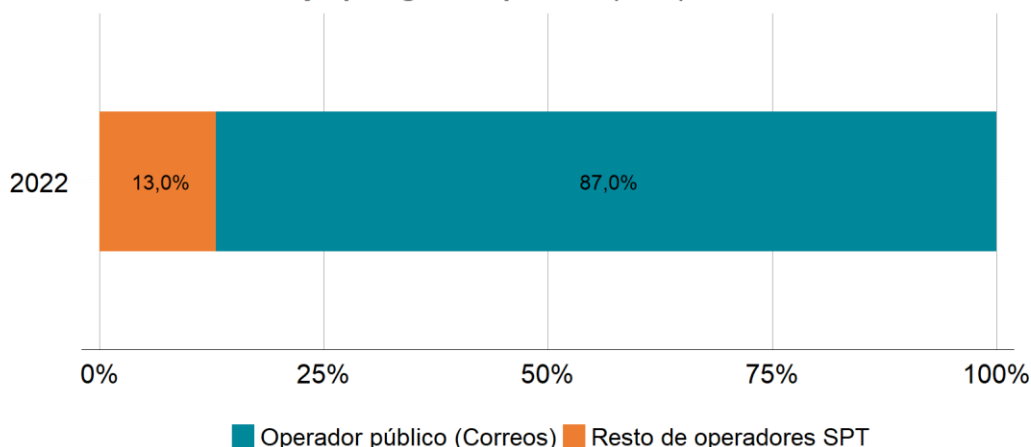
**Gráfico 18. Concentración C3 en el segmento SPT por año y los 3 operadores con mayor número de envíos (2018-2022)**



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

El 87,7% del total de envíos correspondió al operador público, lo que representa una caída de 2,2 p.p. respecto de 2021. La cuota del operador público descendió hasta su mínimo histórico en 2015 (84,1%), ascendió después, con la desaparición de su principal competidor en 2017, hasta alcanzar el 97,2% en 2019, para volver a descender a partir de 2020.

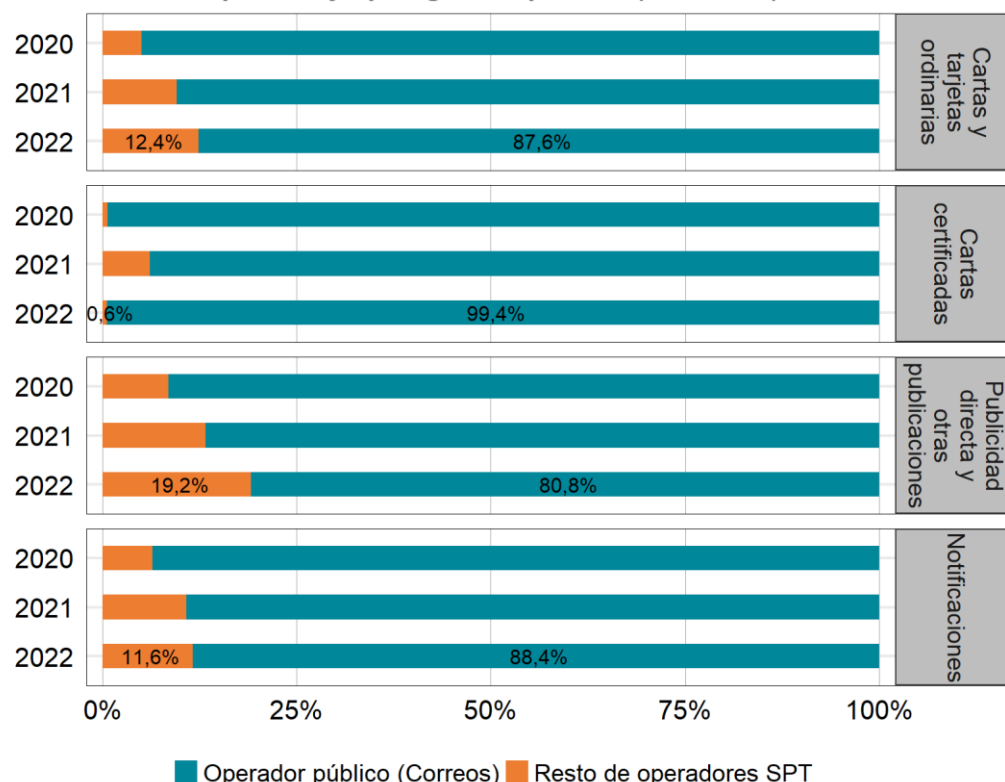
**Gráfico 19. Cuotas de mercado del segmento SPT en envíos totales por año y tipología de operador (2022)**



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

El operador público tiene una cuota de mercado en todos los productos superior al 80%, siendo en cartas certificadas donde aquella es mayor (99,4%), y en publicidad directa y otras publicaciones donde es menor (80,8%).

**Gráfico 20. Cuotas de mercado del segmento SPT en envíos según producto por año y tipología de operador (2020-2022)**

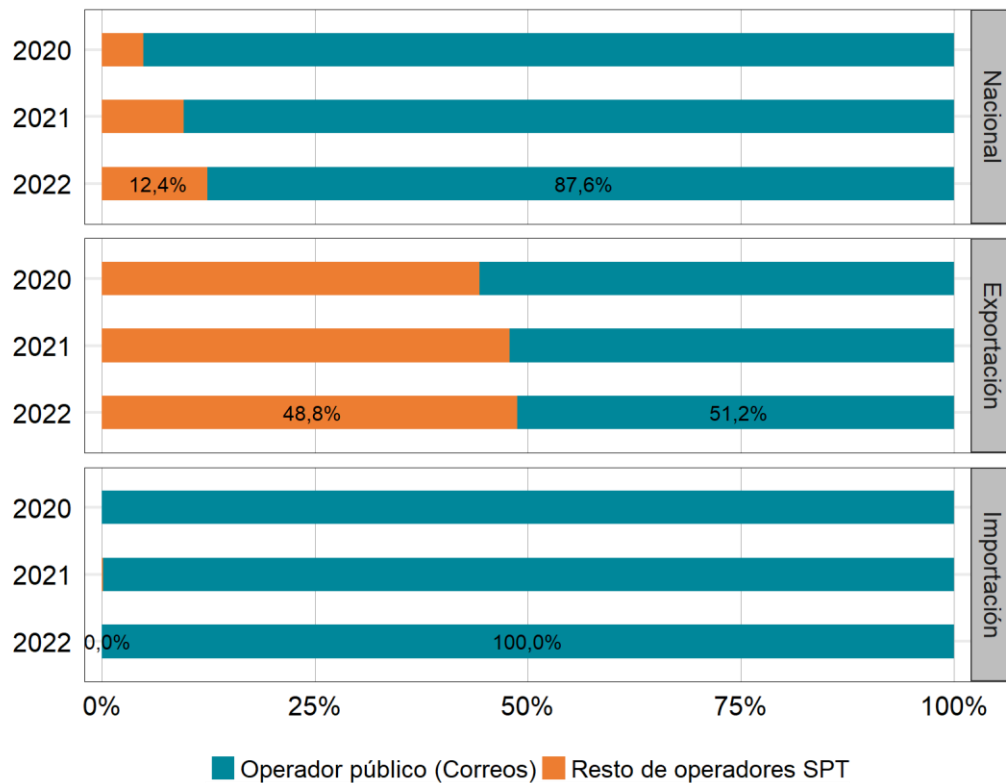


Fuente: Elaboración propia a partir de datos aportados por las empresas

Por origen y destino de los envíos, el operador público tuvo una cuota de mercado en 2022 del 87,6% en nacional y del 100% en importación, mientras que en el flujo de exportación la cuota fue del 51,2%<sup>18</sup>.

<sup>18</sup> La razón de la menor cuota en este flujo es la existencia de operadores postales especializados en los envíos con destino a otros países. Estos operadores por lo general son propiedad de operadores públicos extranjeros o tienen un acuerdo de colaboración con alguno de ellos.

**Gráfico 21. Cuotas de mercado del segmento SPT en envíos según flujo por año y tipología de operador (2020-2022)**

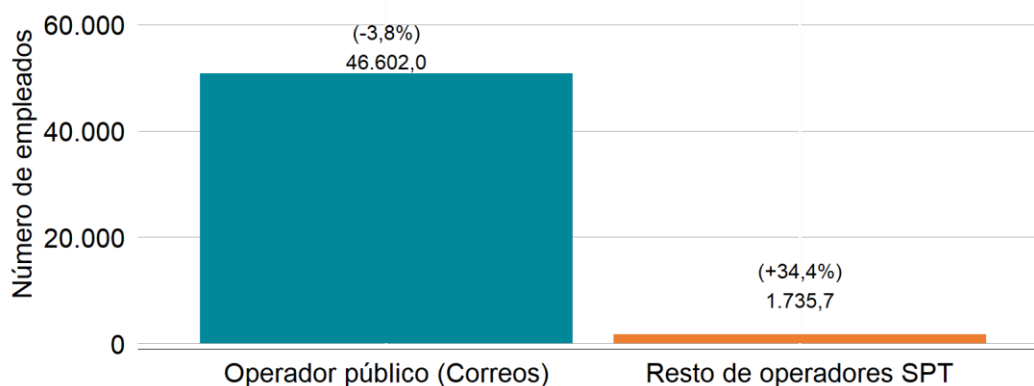


*Fuente: Elaboración propia a partir de datos aportados por las empresas*

### 3.2.3.5. Recursos del segmento SPT

Como reflejo de la cuota de mercado del operador público, los empleados de los operadores de este segmento están, casi en su totalidad, trabajando para este operador; 46.602 en 2022, un 96,4% del total.

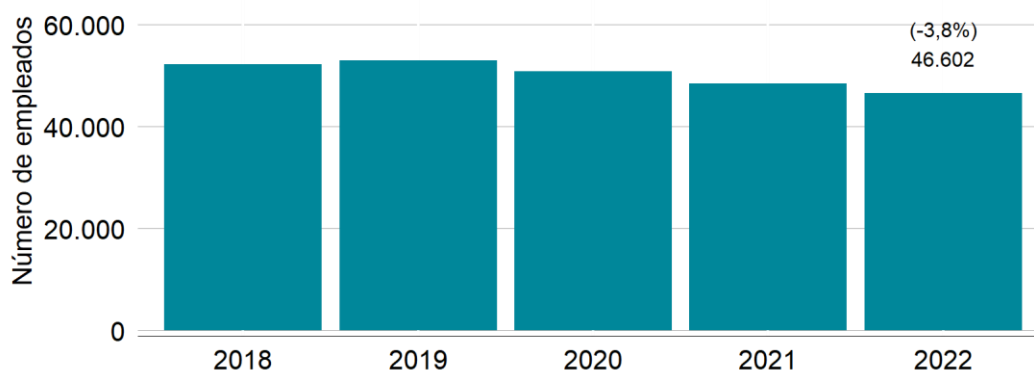
**Gráfico 22. Distribución de empleados del segmento SPT por tipología de operador (2020-2022)**



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

Respecto del año anterior el número de empleados del operador público descendió un 3,8%, continuando con las caídas de años anteriores<sup>19</sup>, mientras que el número de empleados del resto de operadores SPT se incrementó en un 34,4%.

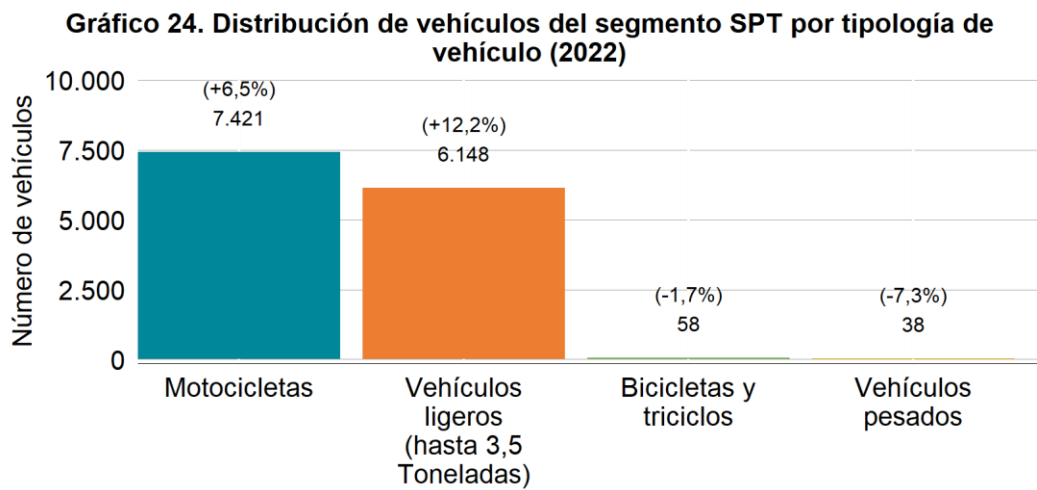
**Gráfico 23. Evolución del número de empleados del operador público Correos por año (2018-2022)**



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

<sup>19</sup> Los empleados se han considerado en su medición *full time equivalent* (FTE), que es el total de horas trabajadas dividido por el promedio anual de horas trabajadas en trabajos a tiempo completo.

El tipo de vehículo más utilizado en el segmento SPT fue la motocicleta (un 54,3% del total de vehículos) y el vehículo ligero (45%)<sup>20</sup>.



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

<sup>20</sup> Se consideran vehículos ligeros los coches, furgonetas y camiones de pequeño tamaño que normalmente se utilizan para rutas de corto recorrido y el interior de las poblaciones. Se toma como límite de peso las 3,5 toneladas.

En la siguiente tabla se encuentran los principales indicadores de este apartado.

**Tabla 5. Principales Indicadores del Segmento SPT (2022)**

| Concepto                          | Indicador                                | Dato     | Variación |
|-----------------------------------|------------------------------------------|----------|-----------|
| Envíos e Ingresos                 | Envíos                                   | 1.495,1M | -13,7%    |
|                                   | Ingresos (€)                             | 1.159,8M | -7,1%     |
|                                   | Ingreso unitario                         | 0,78€    | +7,6%     |
| Distribución Envíos por Productos | Cartas certificadas                      | 2,8%     | +0,1p.p.  |
|                                   | Cartas y tarjetas ordinarias             | 77,6%    | -1,3p.p.  |
|                                   | Notificaciones                           | 5,7%     | +0,8p.p.  |
|                                   | Publicidad directa y otras publicaciones | 14,0%    | +0,4p.p.  |
| Distribución Envíos por Flujo     | Exportación                              | 2,7%     | +0,4p.p.  |
|                                   | Importación                              | 3,6%     | -1,2p.p.  |
|                                   | Nacional                                 | 93,7%    | +0,8p.p.  |
| Cuotas de Mercado por Envíos      | Concentración C3                         | 96,4%    | -0,6 p.p. |
|                                   | Operador público (Correos)               | 87,0%    | -2,9p.p.  |
|                                   | Resto de operadores SPT                  | 13,0%    | +2,9p.p.  |

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

### 3.3. Segmento CEP

#### 3.3.1. Descripción de la oferta del segmento CEP

Los productos del segmento CEP son fundamentalmente paquetes con valores añadidos. Sus características principales son las siguientes: mayor peso y tamaño que los productos del segmento SPT y mayor rapidez y seguridad en la recogida, distribución y entrega de los envíos. Suelen incluir prestaciones suplementarias como garantía de entrega en una fecha determinada, recogida en el punto de origen, entrega en mano al destinatario, posibilidad inmediata de cambiar de destino o destinatario, confirmación al remitente de la recepción de su envío, supervisión, seguimiento y localización de envíos, etc.

#### 3.3.2. Principales operadores del segmento CEP

Para la elaboración de los indicadores de este segmento se han tenido en cuenta los datos facilitados por 22 operadores postales<sup>21</sup>, que son los que durante el año 2022 tuvieron 50 o más trabajadores de media.

Los indicadores se presentan por tipo de operador:

- Grandes operadores: Empresas denominadas integradoras (según la Decisión de la Comisión Europea de 30 de enero de 2013, COMP/M.6570 – UPS/ TNT Express), es decir, las que disponen del pleno control operativo de la logística de los envíos, de origen a destino, incluido el transporte aéreo, y suficiente cobertura geográfica a nivel mundial<sup>22</sup>.
- Operador público: Correos y Correos Express.
- Redes de transporte urgente de ámbito nacional: Entendiendo por red<sup>23</sup> el sistema de cooperación entre empresas en el que cada una

<sup>21</sup> Amazon tiene dos empresas inscritas en el Registro postal, que se contabilizan como una. TNT y Fedex Spain se han fusionado en Fedex Express.

<sup>22</sup> Las denominadas integradoras son DHL Express, DHL Parcel, FedEx y UPS. Por su volumen de envíos se ha incluido a Amazon en este grupo. Por resolución de 24 de septiembre de 2020 (STP/DTSP/006/20) la CNMC determinó que dos sociedades del Grupo Amazon, Amazon Spain Fulfillment S.L. (ASF) y Amazon Road Transport Spain S.L. (ARTS), tienen la condición de operadores postales. El informe anual del sector postal 2021 incorporó por primera vez los datos de las dos, evitando la doble contabilización por los servicios que ARTS presta a ASF. La inclusión de los datos en ese informe afectó a todas las series del segmento CEP, de modo que las variaciones de dichos indicadores entre 2020 y 2021 deben interpretarse teniendo en cuenta esta circunstancia.

<sup>23</sup> Definición propia. Dentro de la red se puede diferenciar una o varias empresas que actúan como central, cabecera o matriz y muchas empresas que actúan como integrantes

mantiene su independencia jurídica y autonomía gerencial, decide voluntariamente participar en un esfuerzo conjunto con otras para la búsqueda de un objetivo común y bajo la dirección de una empresa, consolidada en el sector, que actúa como cabecera o central y que provee una marca o imagen común a todas ellas, así como experiencia en la gestión del negocio concreto.

- Resto de operadores CEP.

---

o participantes de la red para darle capilaridad. De esta forma, la empresa central, cabecera o matriz de una red es la que dentro de una red se encarga de coordinar y/o gestionar el conjunto de empresas que componen la red. Sus funciones pueden consistir, entre otras, en la gestión de la marca, la fijación de las tarifas para toda la red, la admisión de empresas en la red y la gestión de algunos clientes de la red. Empresa integrante o participante es cada una de las empresas a las que coordina la central, cabecera o matriz y que presta servicios postales normalmente en un área geográfica concreta. Su vinculación jurídica con la empresa central, cabecera o matriz puede ser de diferente índole, pero la finalidad siempre es la misma; la prestación coordinada de servicios postales bajo una misma marca.

**Tabla 6. Principales operadores del segmento CEP (2022)**

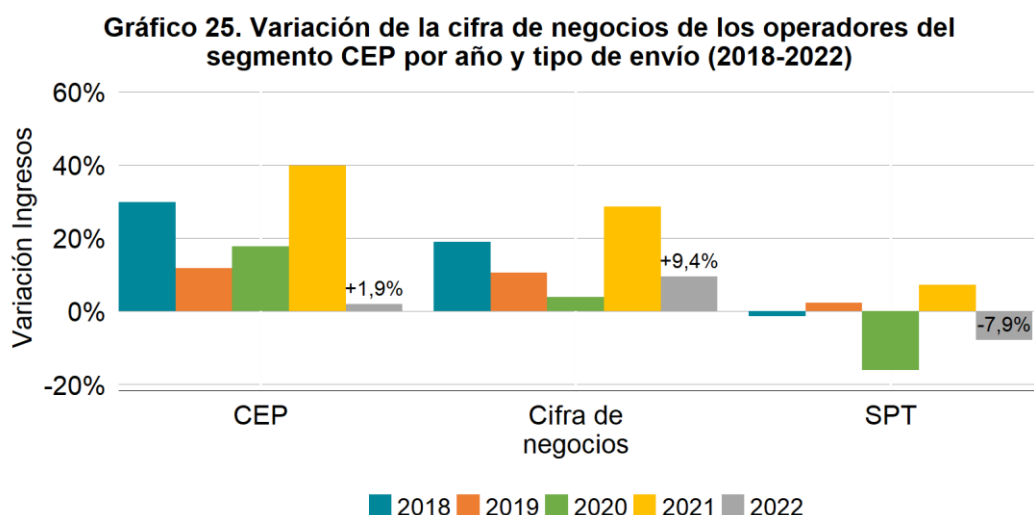
| Tipología                                      | Operador        | Marca                                                                                 |
|------------------------------------------------|-----------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| Grandes operadores CEP                         | AMAZON          |    |
|                                                | DHL EXPRESS     |    |
|                                                | DHL PARCEL      |    |
|                                                | FEDEX EXPRESS   |    |
|                                                | UPS             |    |
| Operador público (Correos y Correos Express)   | CORREOS         |    |
|                                                | CORREOS EXPRESS |    |
| Redes de transporte urgente de ámbito nacional | CTT EXPRESS     |    |
|                                                | ENVIALIA        |    |
|                                                | GLS             |   |
|                                                | MRW             |  |
|                                                | NACEX           |  |
|                                                | SENDING         |  |
|                                                | SEUR            |  |
|                                                | TIPSA           |  |
|                                                | ZELERIS         |  |
|                                                | AKROPOST        |  |
| Resto de operadores CEP                        | ARA VINC        |  |
|                                                | ASENDIA         |  |
|                                                | HISPAPOST       |  |
|                                                | ICS             |  |
|                                                | ONTIME          |  |
|                                                | SPRING GDS      |  |

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

### 3.3.3. Indicadores del segmento CEP

#### 3.3.3.1. Cifra de negocios de los operadores del segmento CEP

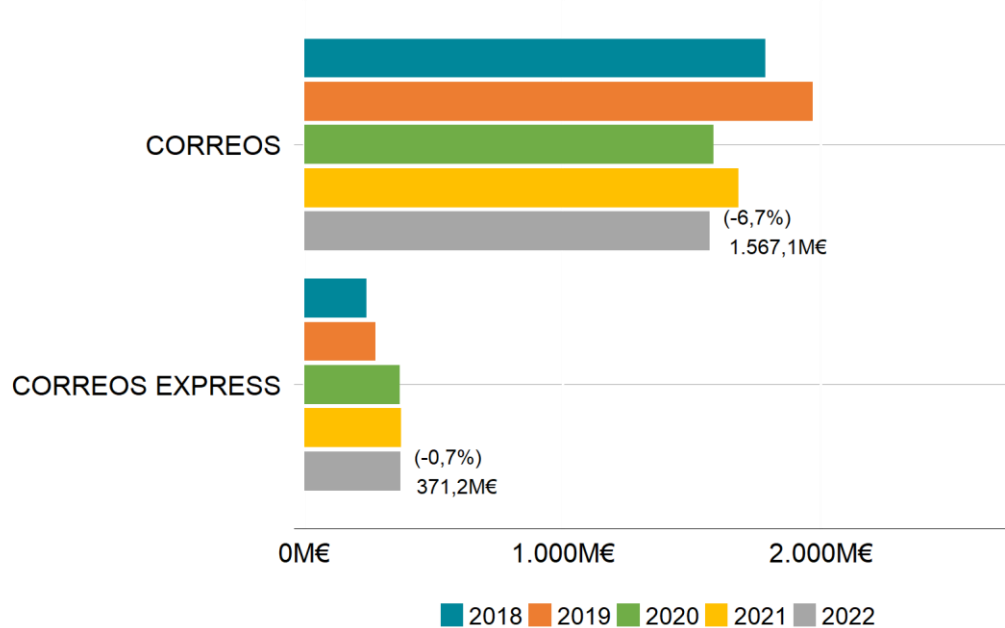
La cifra de negocios de los operadores del segmento CEP (incluye negocio postal y no postal) fue de 9.366,2 millones de euros en el año 2022, lo que supuso un incremento del 9,4% respecto a 2021, si bien los ingresos CEP crecieron apenas un 1,9% y los ingresos SPT decrecieron un 7,9%.



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

Por tipo de operador, la cifra de negocios del operador público descendió en 2022 un 6,7% hasta los 1.567,1 millones de euros, siendo éste el peor dato desde que se tienen registros. Por empresas, la cifra de negocios de Correos retrocedió un 6,7% y la de Correos Express un 0,7%.

**Gráfico 26. Evolución de la cifra de negocios del operador público  
Correos/Correos Express en el segmento CEP por año (2018-2022)**

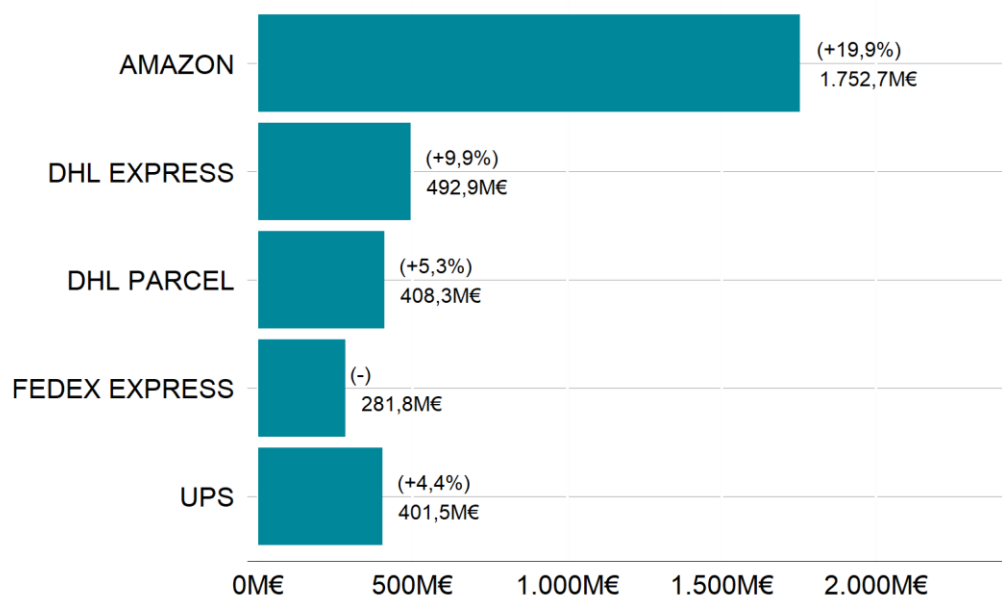


*Fuente: Elaboración propia a partir de datos aportados por las empresas*

La cifra de negocio de los grandes operadores CEP en 2022 alcanzó los 3.337,1 millones de euros. Respecto de 2021 el mayor crecimiento lo registró Amazon (+19,9%), seguido de DHL Express (+9,9%), DHL Parcel (+5,3%) y UPS (+4,4%)<sup>24</sup>.

<sup>24</sup> Comparando la cifra de negocios de Fedex Express en 2022 con la suma de las cifras de negocios de Fedex Spain y TNT en 2021, el descenso es del 17,3%.

**Gráfico 27. Evolución de la cifra de negocios de grandes operadores en el segmento CEP por año (2022)**

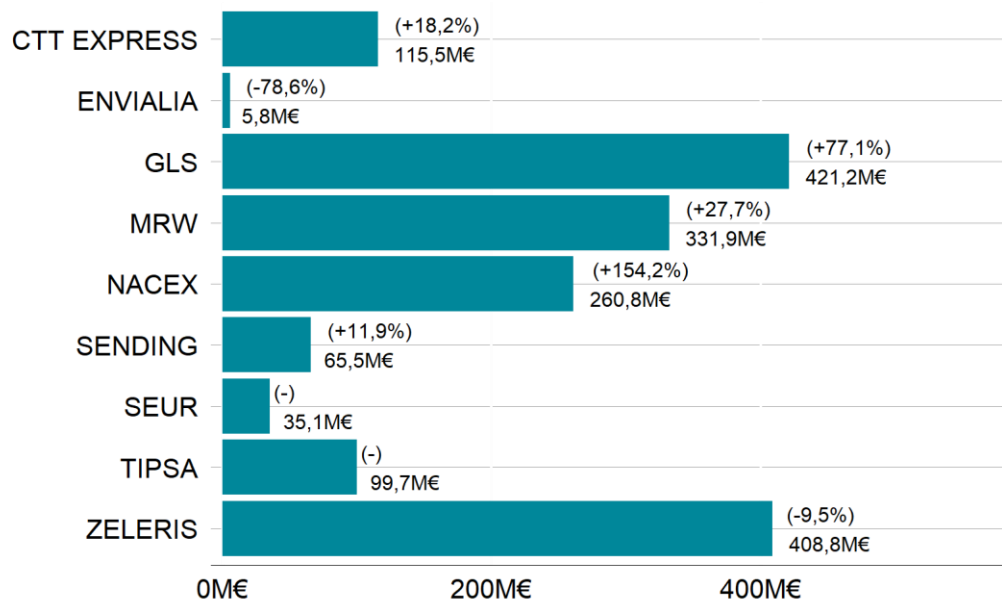


*Fuente: Elaboración propia a partir de datos aportados por las empresas*

La cifra de negocio total de las redes de transporte urgente de ámbito nacional ascendió a 3.849,8 millones de euros en 2022. De ellos, 1.744,3 millones de euros provienen de las empresas franquiciadas o colaboradoras de la red<sup>25</sup>.

<sup>25</sup> Dentro de las redes de transporte urgente de ámbito nacional este año se ha incluido únicamente la cifra de negocio de las cabeceras y no la estimación de toda la red como en años anteriores. Así los datos resultan más ajustados a la realidad del sector (se evita la contabilización doble) y pueden compararse con los del resto de tipologías. Este cambio hace que las variaciones respecto al año anterior hayan de tomarse con cautela, puesto que en algunos casos responden al mismo y no a la evolución del mercado. Donde es el caso y las diferencias se deben a la ruptura de la serie, se ha obviado indicar las diferencias en porcentaje respecto del año anterior. Son los operadores postales quienes han decidido cuántas empresas y cuáles eran cabeceras de su red.

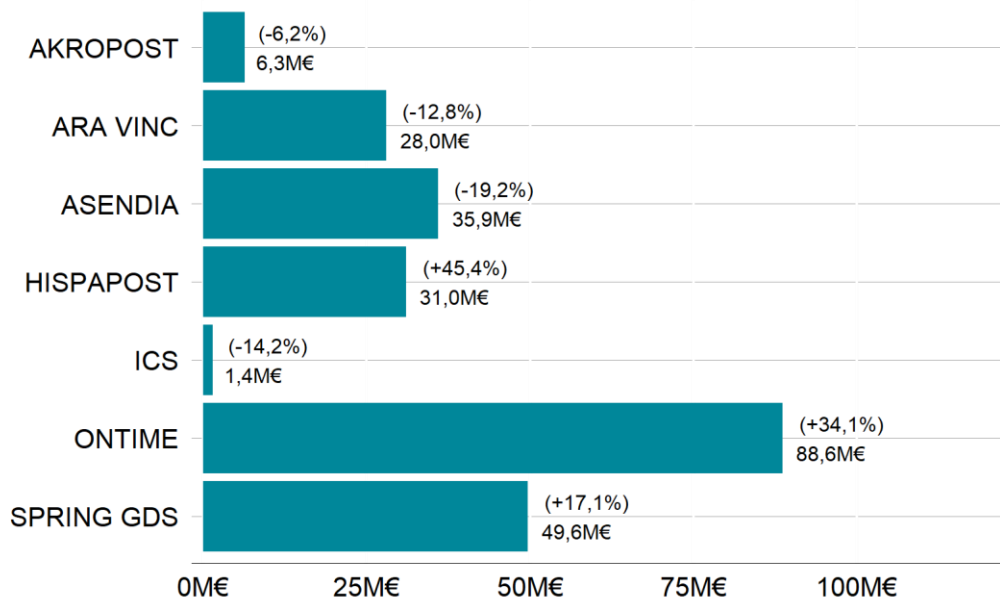
**Gráfico 28. Evolución de la cifra de negocios de las redes de transporte urgente de ámbito nacional en el segmento CEP por año (2022)**



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

La cifra de negocios del resto de operadores CEP alcanzó los 241 millones de euros en 2022. Los operadores con mejor evolución respecto a 2021 fueron Hispapost (+45,4%) y Ontime (+34,1%) y con peor evolución Asendia (-19,2%) e ICS (-14,2%).

**Gráfico 29. Evolución de la cifra de negocios del resto de operadores del segmento CEP por año (2022)**



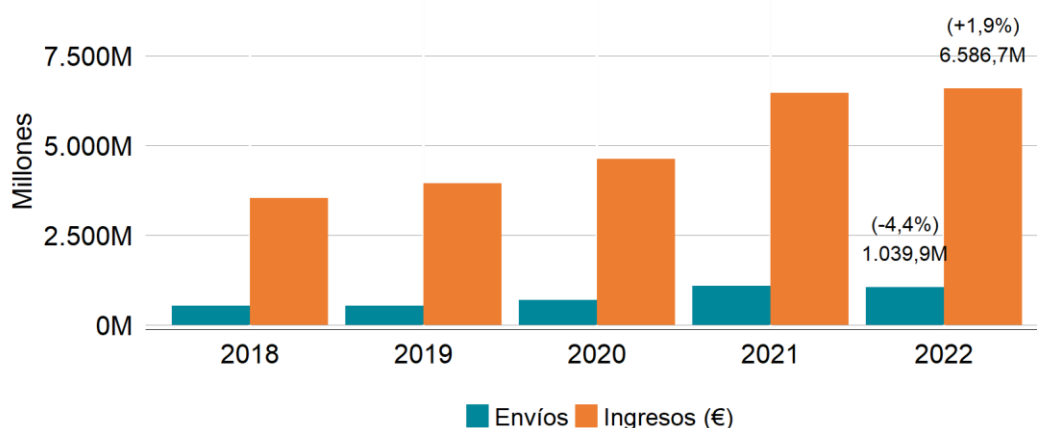
*Fuente: Elaboración propia a partir de datos aportados por las empresas*

### 3.3.3.2. Envíos e ingresos del segmento CEP

En el anterior apartado las cifras de negocios incluían todo tipo de ingresos de los operadores CEP. Considerando únicamente los productos puramente CEP (mensajería y paquetería), los ingresos fueron en 2022 de 6.586,7 millones de euros (un 1,9% más que en 2021). Los ingresos han venido ascendiendo de manera continuada desde que se tienen registros (2013), a excepción del 2017; la subida acumulada en los últimos 5 años es de más de un 85%.

Los envíos en el segmento CEP fueron 1.039,9 millones en 2022, un 4,4% menos que en 2021 (el descenso de los envíos podría ser un ajuste de mercado después de las fuertes subidas en época de pandemia).

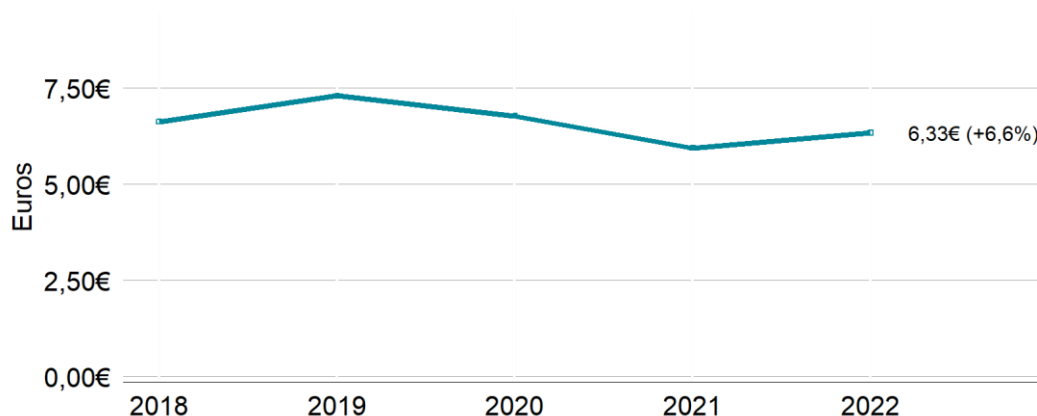
**Gráfico 30. Evolución de los envíos e ingresos del segmento CEP por año (2018-2022)**



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

El ingreso unitario del segmento CEP fue en 2022 de 6,33 euros, lo que supuso un incremento del 6,6% respecto a 2021.

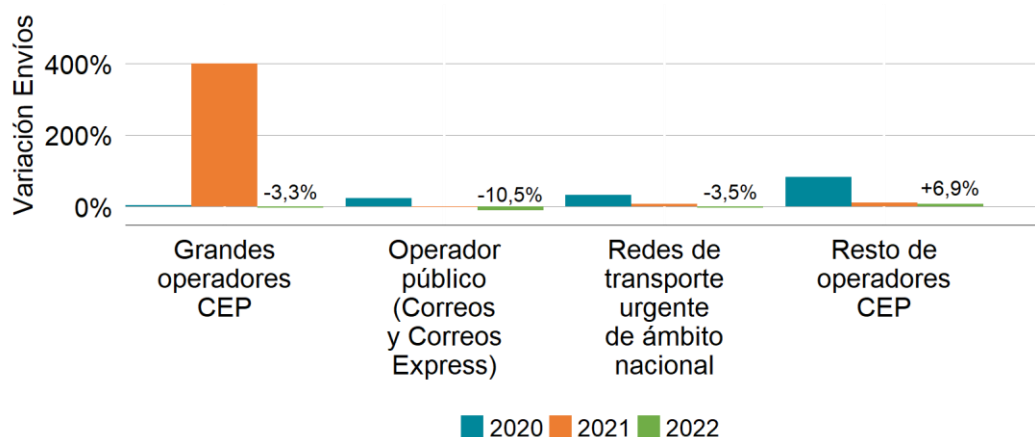
**Gráfico 31. Evolución del ingreso unitario del segmento CEP por año (2018-2022)**



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

Por tipo de operador, solo hubo incrementos en el número de envíos en la tipología resto de operadores CEP (+6,9%). El descenso más pronunciado fue en el operador público (-10,5%).

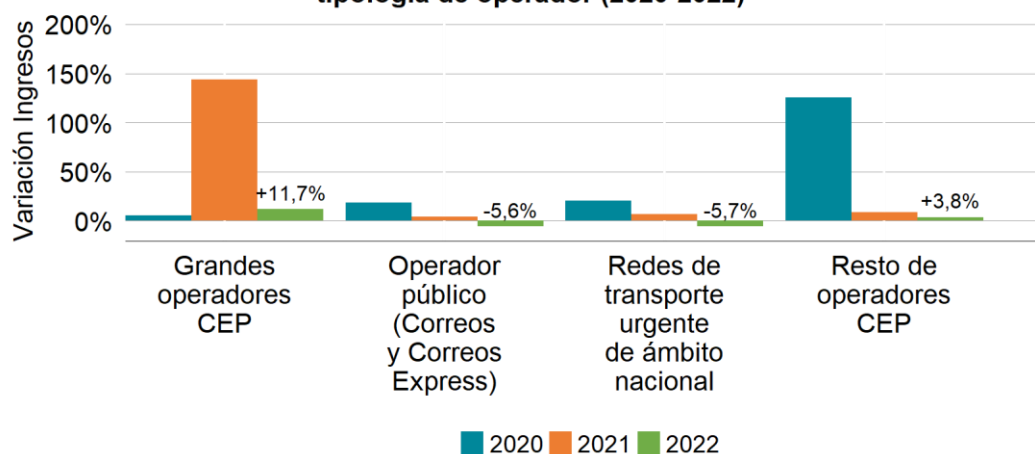
**Gráfico 32. Variación de los envíos del segmento CEP por año y tipología de operador (2020-2022)**



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

Subieron los ingresos de los grandes operadores CEP (+11,7%) y del resto de operadores CEP (+3,8%), y descendieron los de las redes de transporte urgente de ámbito nacional (-5,7%) y los del operador público (-5,6%).

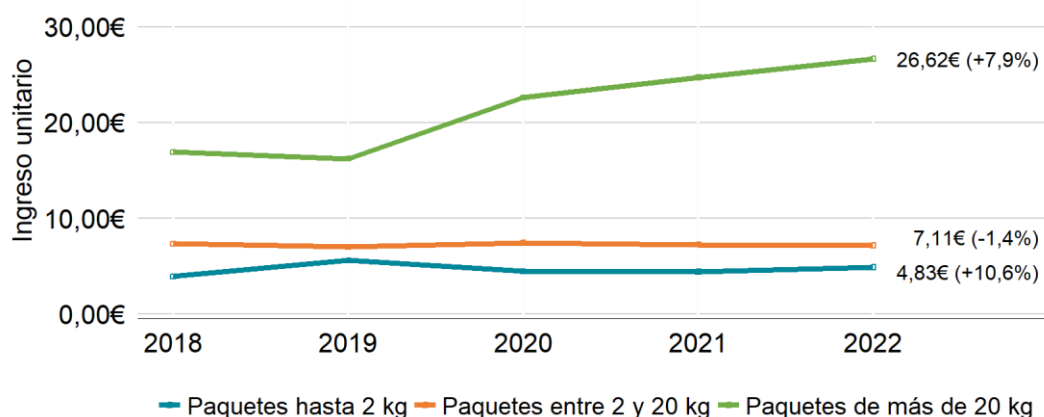
**Gráfico 33. Variación de los ingresos del segmento CEP por año y tipología de operador (2020-2022)**



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

Si el ingreso medio del segmento CEP aumentó un 6,6% en 2022, desglosando por tipo de producto se aprecia que el ingreso medio aumentó un 10,6% en los paquetes hasta 2kg y un 7,9% en los paquetes de más de 20kg, y que descendió un 1,4% en los paquetes entre 2 y 20kg.

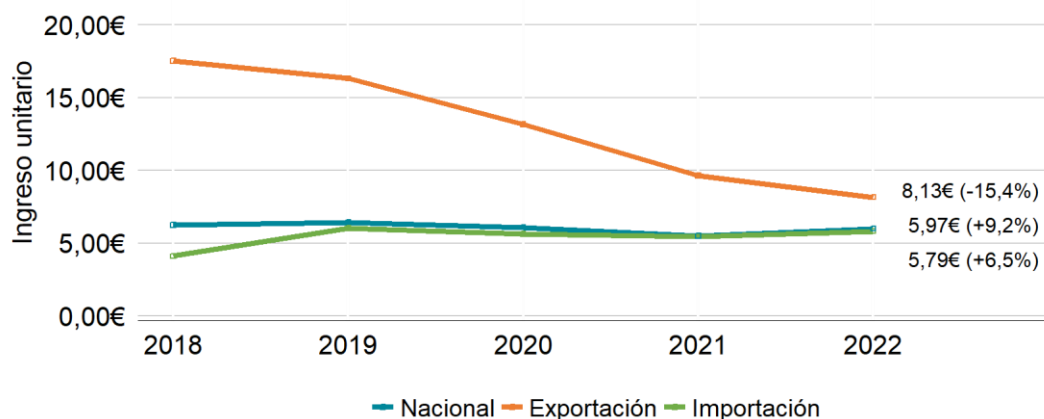
**Gráfico 34. Evolución del ingreso unitario del segmento CEP por año y tipo de producto (2018-2022)**



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

Por origen y destino de los envíos, el ingreso medio del paquete de exportación bajó un 15,4%, lo que podría explicarse por el afán de los operadores por posicionarse, o reposicionarse, tras la reapertura de fronteras tras las restricciones por la pandemia. El ingreso medio de los flujos de importación y nacional creció un 9,3% y un 6,5% respectivamente, posiblemente influidas por las altas tasas de inflación.

**Gráfico 35. Evolución del ingreso unitario del segmento CEP por año y flujo (2018-2022)**

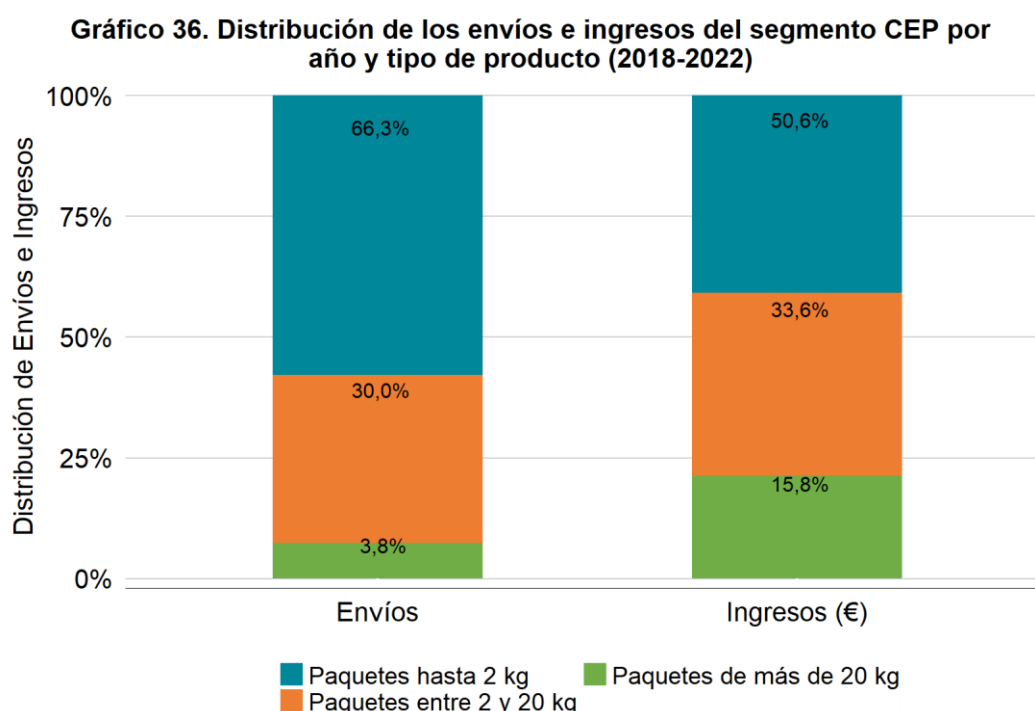


Fuente: Elaboración propia a partir de datos aportados por las empresas

### 3.3.3.3. Distribución de envíos e ingresos del segmento CEP por producto y flujo

Para el análisis del mercado y en consonancia con los estándares internacionales se diferencian los productos del segmento CEP por tramos de peso (menos de 2 kg, entre 2 y 20 kg, más de 20 kg)<sup>26</sup>.

El principal producto del segmento CEP, tanto por número de envíos como por ingresos, es un año más el paquete hasta 2 kg (66,3% de los envíos CEP, 50,6% de los ingresos de dicho segmento). El segundo producto en importancia es, también como en años anteriores, el de paquetes entre 2 y 20 kg (30% de los envíos, 33,6% de los ingresos).

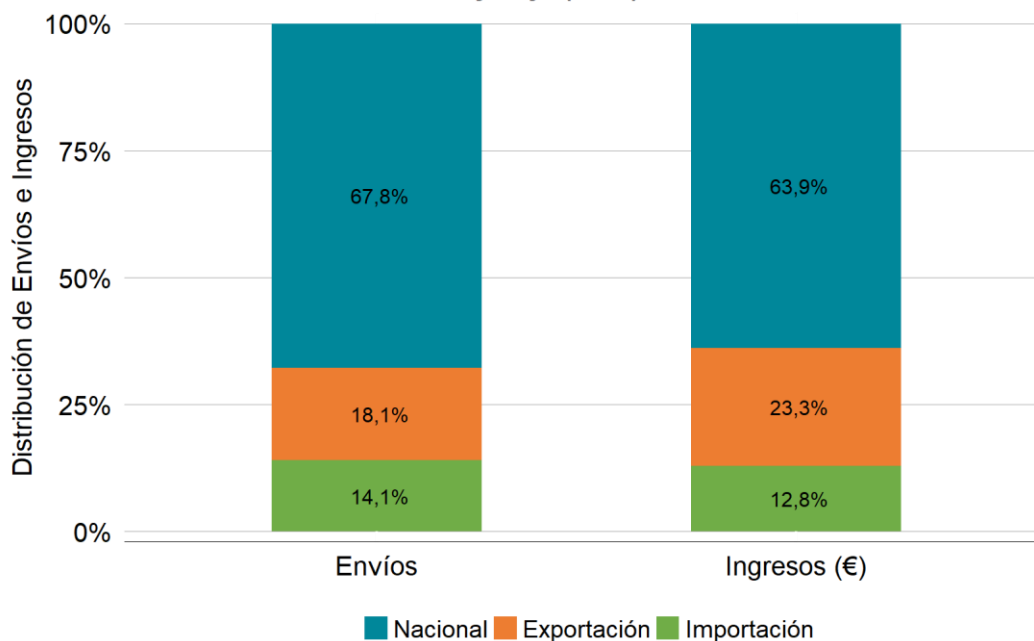


*Fuente: Elaboración propia a partir de datos aportados por las empresas*

Por origen y destino de los envíos, el mercado sigue siendo fundamentalmente nacional (67,8% de los envíos, 63,9% de los ingresos), seguido del flujo de exportación (18,2% de los envíos, 23,3% de los ingresos) y el de importación (14,1% de los envíos, 12,8% de los ingresos).

<sup>26</sup> Los operadores tienen que estimar los ingresos para esta desagregación debido a que los precios facturados no dependen únicamente de los tramos de peso sino también de posibles suplementos por combustible, entrega en franja horaria determinada, envíos con gestión, entregas con recogidas, preparación de los envíos y otros servicios que demandan los clientes.

**Gráfico 37. Distribución de los envíos e ingresos del segmento CEP por año y flujo (2022)**

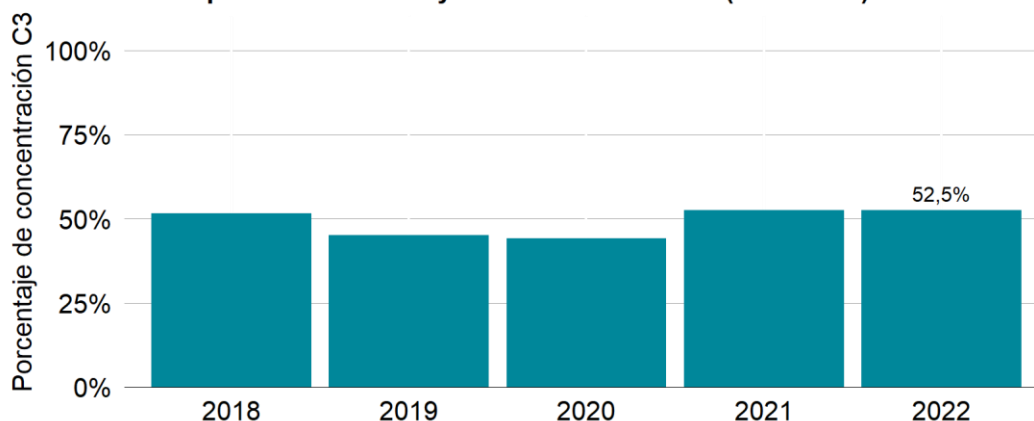


*Fuente: Elaboración propia a partir de datos aportados por las empresas*

### 3.3.3.4. Cuotas de mercado del segmento CEP

La cuota de mercado que representan los tres operadores con mayor número de envíos en el segmento CEP fue en 2022 del 52,5%.

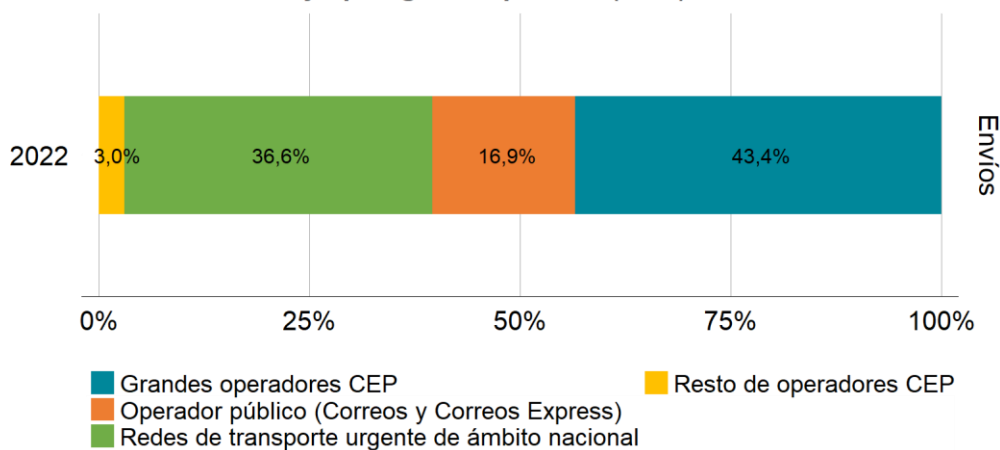
**Gráfico 38. Concentración C3 en el segmento CEP por año y los 3 operadores con mayor número de envíos (2018-2022)**



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

Los grandes operadores CEP tuvieron un 43,4%, las redes de transporte urgente de ámbito nacional un 36,6% y el operador público el 16,9%.

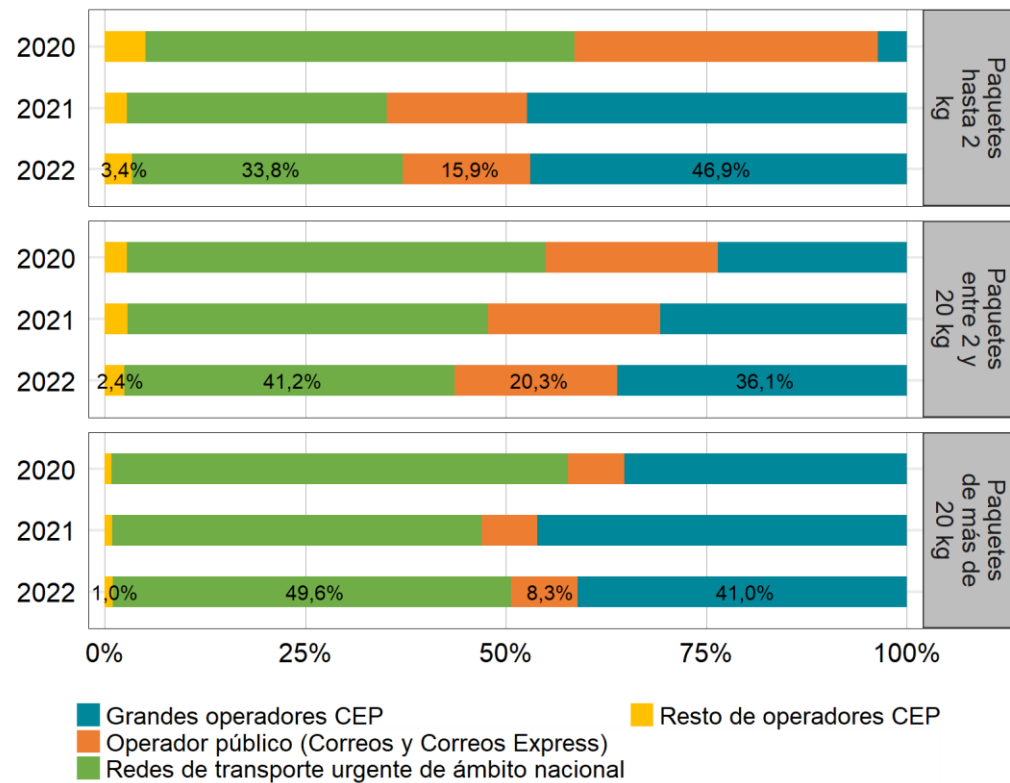
**Gráfico 39. Cuotas de mercado del segmento CEP en envíos totales por año y tipología de operador (2022)**



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

Al desglosar por tipo de producto se observa que en el tramo de peso hasta 2kg lideran los grandes operadores CEP con el 46,9% de la cuota, mientras que en los paquetes entre 2 y 20kg y de más de 20kg la cuota mayoritaria es para las redes de transporte urgente nacional con el 41,2% y el 49,6%, respectivamente.

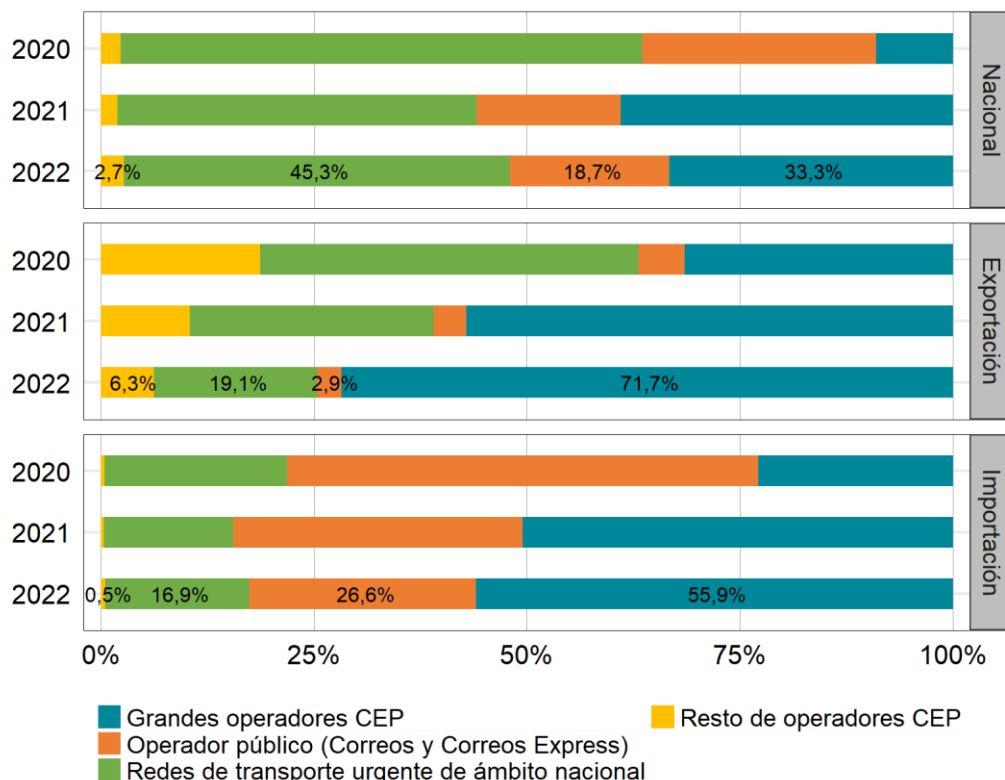
**Gráfico 40. Cuotas de mercado del segmento CEP en envíos según producto por año y tipología de operador (2020-2022)**



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

Por origen y destino de los envíos, los grandes operadores lideran la exportación y la importación con el 71,7% y el 55,9%, respectivamente, y las redes de transporte urgente los envíos nacionales con el 45,3%.

**Gráfico 41. Cuotas de mercado del segmento CEP en envíos según flujo por año y tipología de operador (2020-2022)**



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

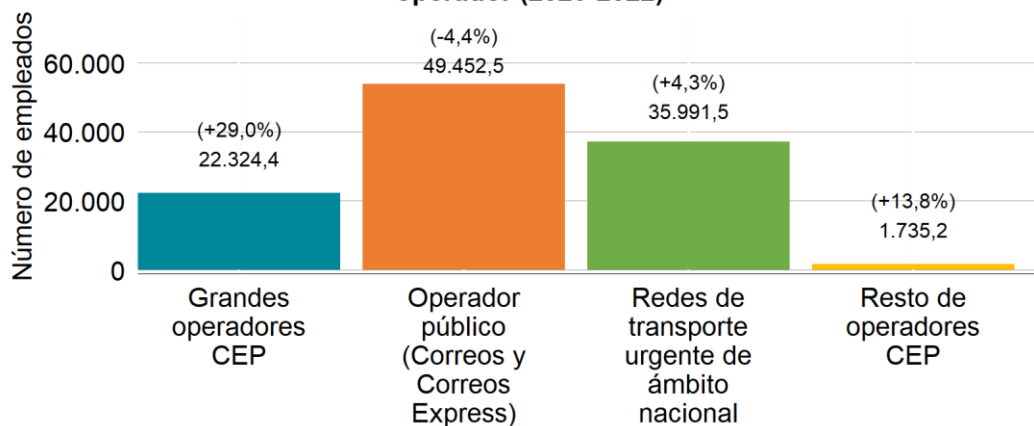
### 3.3.3.5. Recursos del segmento CEP

El número total de empleados<sup>27</sup> de los operadores del segmento CEP alcanzó en 2022 los 109.403,6, un 4,2% más que en 2021. El operador público concentra al 45,2% del total<sup>28</sup>, y las redes de transporte urgente de ámbito nacional al 32,9%.

<sup>27</sup> Al igual que en el segmento SPT los empleados se han considerado en su medición *full time equivalent* (FTE), que es el total de horas trabajadas dividido por el promedio anual de horas trabajadas en trabajos a tiempo completo.

<sup>28</sup> La principal actividad del operador público es la distribución de productos del segmento SPT, con gran capilaridad por las condiciones del servicio postal universal.

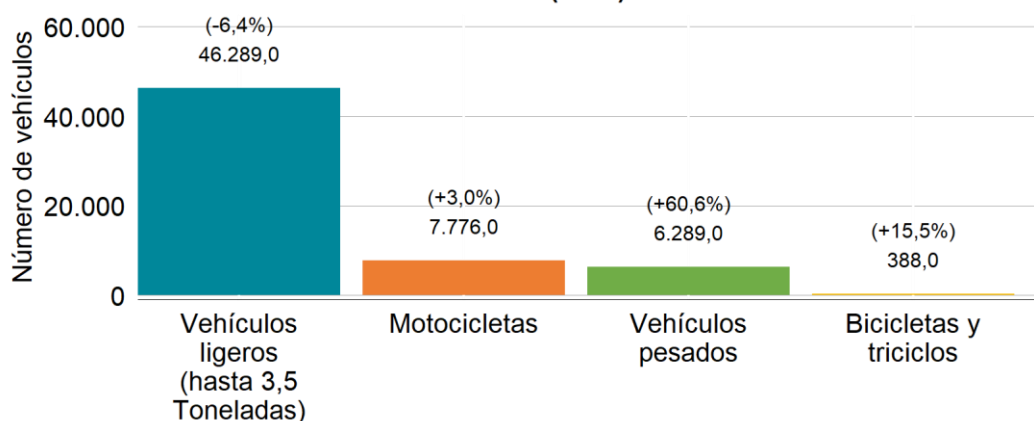
**Gráfico 42. Distribución de empleados del segmento CEP por tipología de operador (2020-2022)**



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

El tipo de vehículo más empleado en los procesos del segmento CEP fue un año más el vehículo ligero (un 76,2% del total), seguido de la motocicleta (un 12,8%).

**Gráfico 43. Distribución de vehículos del segmento CEP por tipología de vehículo (2022)**



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

En la siguiente tabla se encuentran los principales indicadores de este apartado.

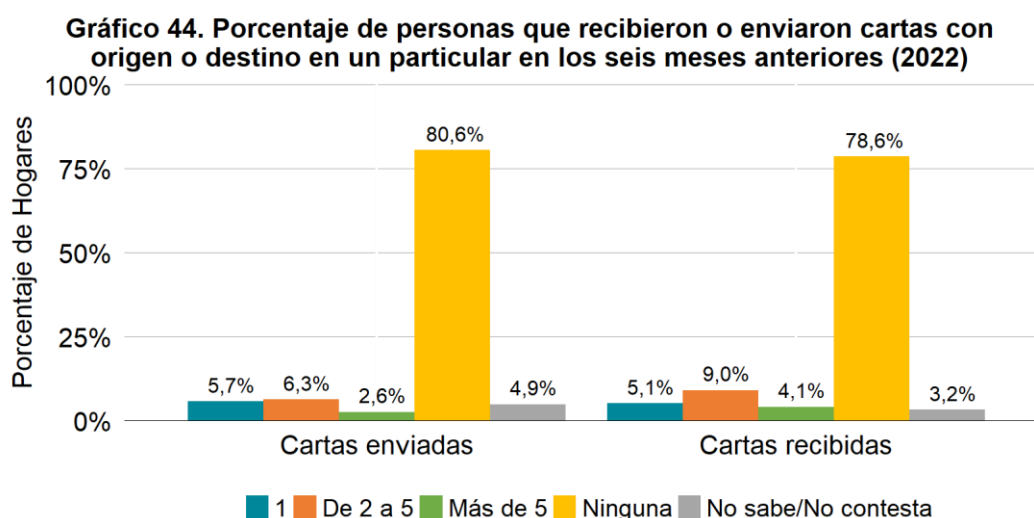
**Tabla 7. Principales Indicadores del Segmento CEP (2022)**

| Concepto                          | Indicador                                      | Dato     | Variación |
|-----------------------------------|------------------------------------------------|----------|-----------|
| Envíos e Ingresos                 | Envíos                                         | 1.039,9M | -4,4%     |
|                                   | Ingresos (€)                                   | 6.586,7M | +1,9%     |
|                                   | Ingreso unitario                               | 6,33€    | +6,6%     |
| Distribución Envíos por Productos | Paquetes de más de 20 kg                       | 3,8%     | -0,3p.p.  |
|                                   | Paquetes entre 2 y 20 kg                       | 30,0%    | +3,8p.p.  |
|                                   | Paquetes hasta 2 kg                            | 66,3%    | -3,4p.p.  |
| Distribución Envíos por Flujo     | Exportación                                    | 18,1%    | +6,5p.p.  |
|                                   | Importación                                    | 14,1%    | -1,9p.p.  |
|                                   | Nacional                                       | 67,8%    | -4,6p.p.  |
| Cuotas de Mercado por Envíos      | Concentración C3                               | 52,5%    | -0,1 p.p. |
|                                   | Grandes operadores CEP                         | 43,4%    | +0,5p.p.  |
|                                   | Operador público (Correos y Correos Express)   | 16,9%    | -1,2p.p.  |
|                                   | Redes de transporte urgente de ámbito nacional | 36,6%    | +0,3p.p.  |
|                                   | Resto de operadores CEP                        | 3,0%     | +0,3p.p.  |

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

## 4. USO DE LOS SERVICIOS POSTALES Y COMERCIO ELECTRÓNICO<sup>29</sup>

Del Panel de Hogares de la CNMC (oleada del segundo semestre de 2022) resulta que el 80,6% de las personas encuestadas no habían enviado ninguna **carta** en los seis meses anteriores (este porcentaje era del 59% en 2015), y el 78,6% no habían recibido ninguna carta de otro particular (63% en 2015).

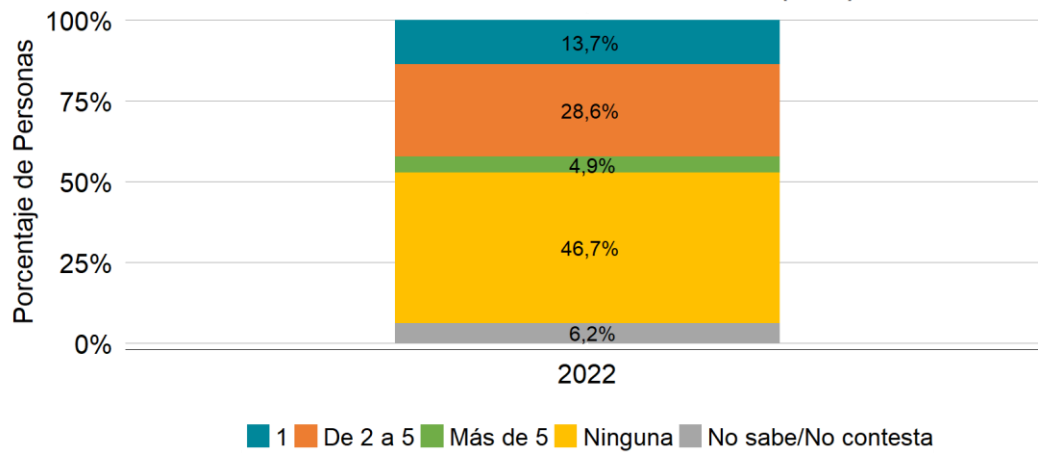


*Fuente: Panel de hogares de la CNMC*

Cuando se trata de cartas con origen en empresas o suministradoras de servicios, el porcentaje de personas que no ha recibido ninguna baja hasta el 46,7% del total (era el 27% en 2015). Entre las personas que recibieron alguna carta, lo más habitual (28,6%) es la recepción de entre 2 y 5 cartas de este tipo de remitentes.

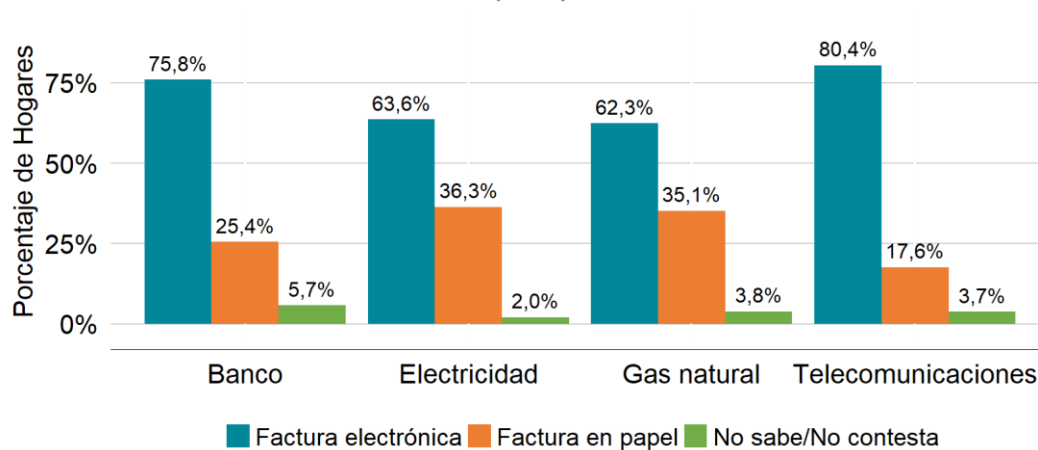
<sup>29</sup> Para este apartado se han utilizado los datos que publica la CNMC en su portal de datos estadísticos CNMC Data, en concreto los informes de comercio electrónico <https://data.cnmc.es/comercio-electronico> (actualización abril 2023) y del Panel de Hogares <https://data.cnmc.es/panel-de-hogares/conjuntos-de-datos/estadisticas-panel-de-hogares> (oleada del segundo semestre de 2022).

**Gráfico 45. Porcentaje de personas que recibieron cartas de empresas o suministradores de servicios mensualmente (2022)**



Fuente: Panel de hogares de la CNMC

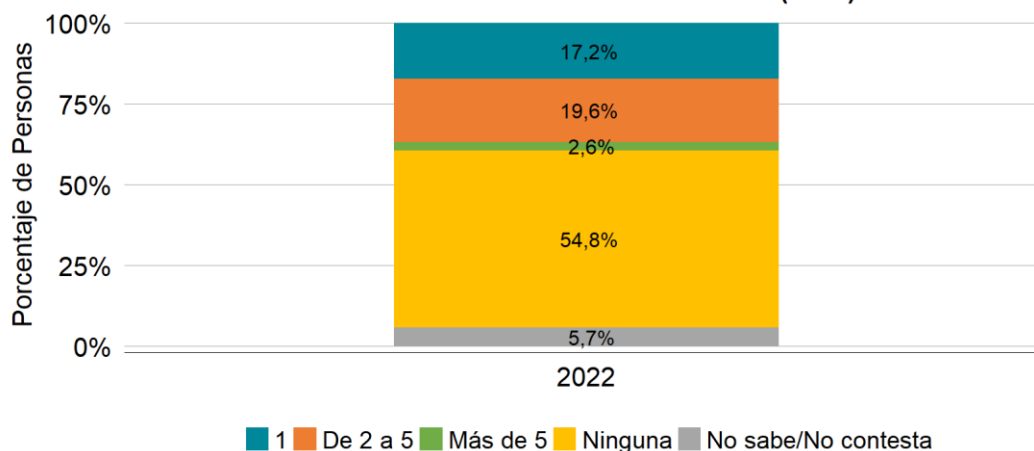
**Gráfico 46. Porcentaje de hogares por tipo de comunicación recibida (2022)**



Fuente: Panel de hogares de la CNMC

El 39,4% recibió alguna **notificación administrativa** (el 44,5% en 2015).

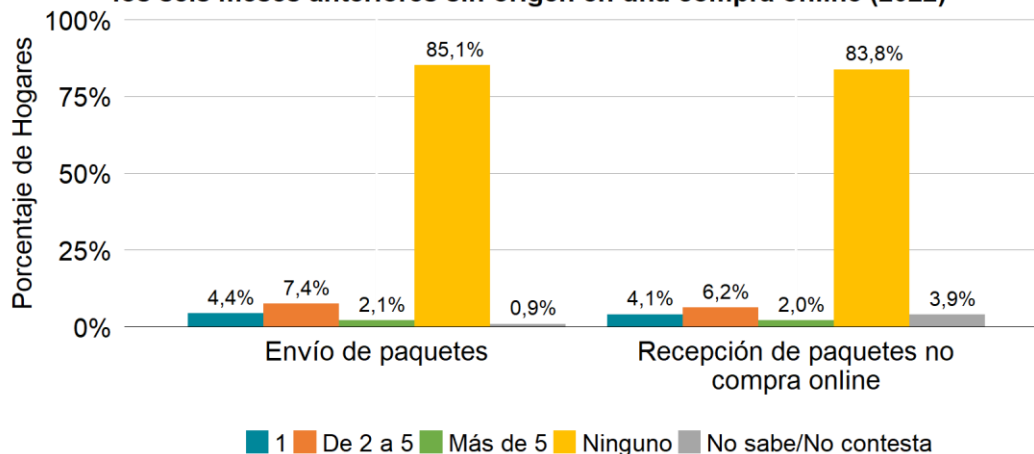
**Gráfico 47. Porcentaje de personas que recibieron notificaciones administrativas en los seis meses anteriores (2022)**



Fuente: Panel de hogares de la CNMC

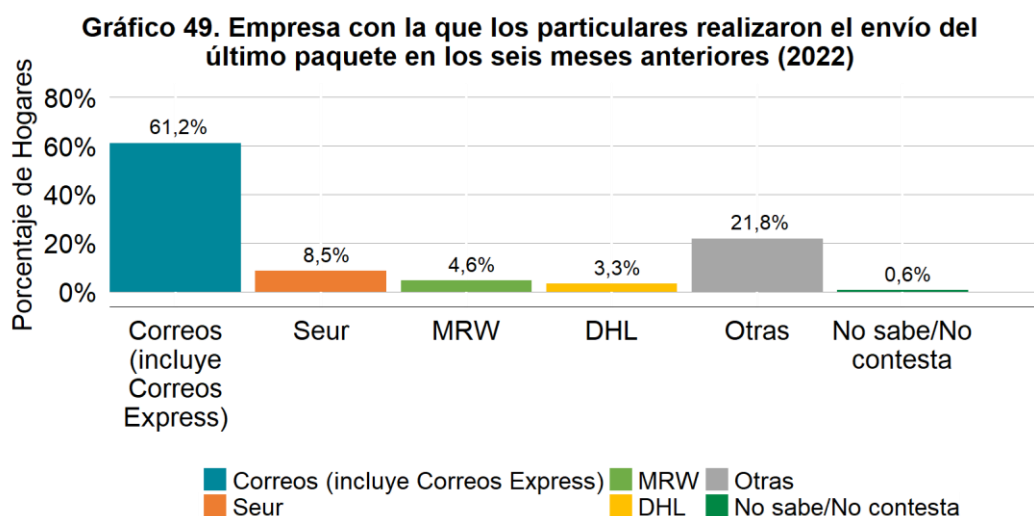
El 85,1% de los encuestados no envió ningún **paquete** y el 83,8% no recibió ninguno que no tuviera origen en una compra en Internet. El 18,7% de quienes enviaron paquetes manifestó que el último correspondió a una devolución de una compra en Internet.

**Gráfico 48. Porcentaje de personas que enviaron o recibieron paquetes en los seis meses anteriores sin origen en una compra online (2022)**



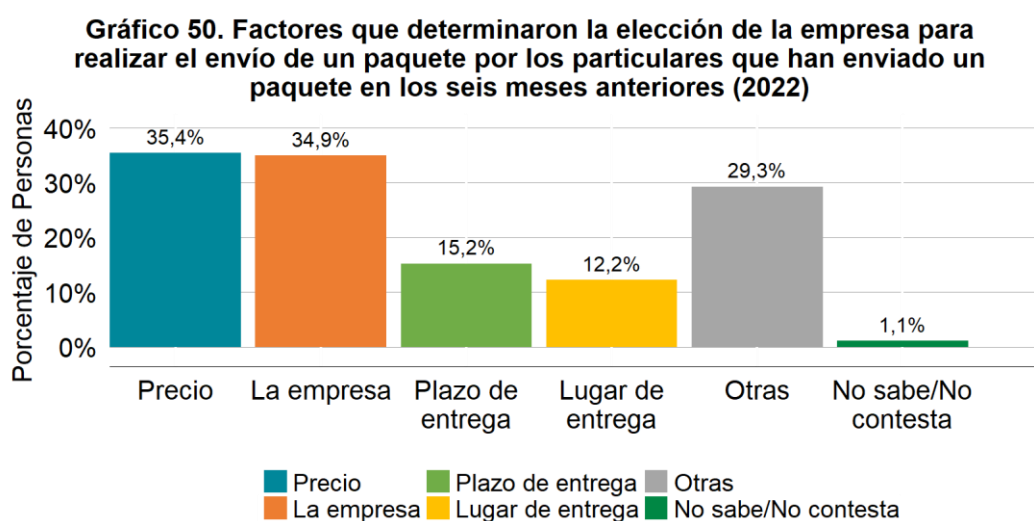
Fuente: Panel de hogares de la CNMC

El 61,2% de los encuestados eligió el operador público para remitir paquetes.



*Fuente: Panel de hogares de la CNMC*

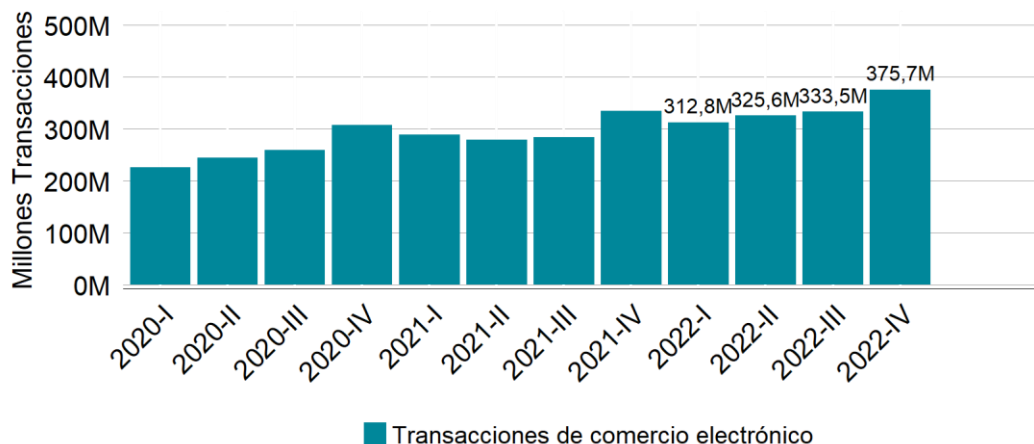
Los factores que motivaron su elección fueron el precio y la empresa (alrededor del 35% de los encuestados en cada caso), seguido del plazo de entrega (15,2%) y el lugar de entrega (12,2%).



*Fuente: Panel de hogares de la CNMC*

En el último trimestre de 2022 las transacciones de **comercio electrónico** en España alcanzaron los 375,7 millones, un 12,7% más respecto al trimestre anterior y un 12,4% más que en el mismo trimestre del año anterior.

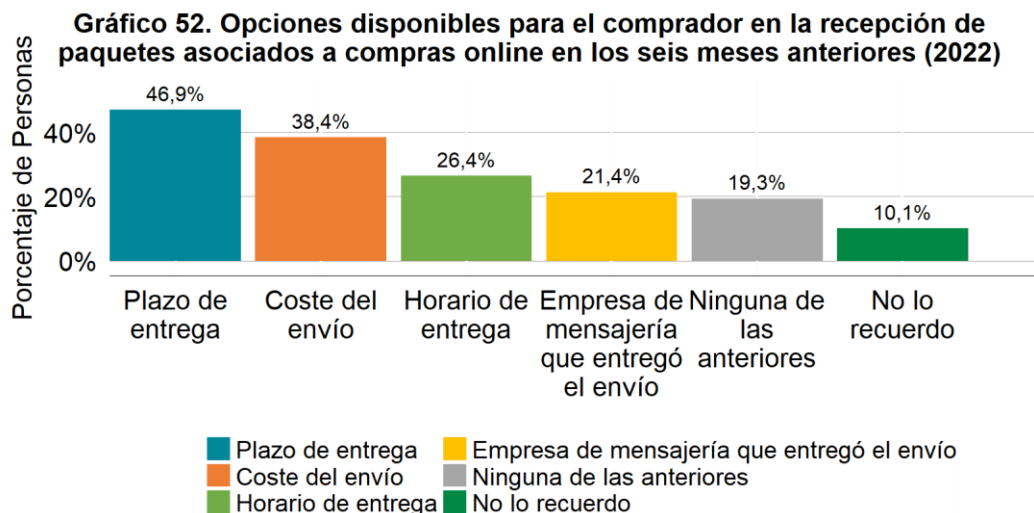
**Gráfico 51. Evolución trimestral del número de transacciones del comercio electrónico (2020-2022)**



Fuente: Panel de hogares de la CNMC

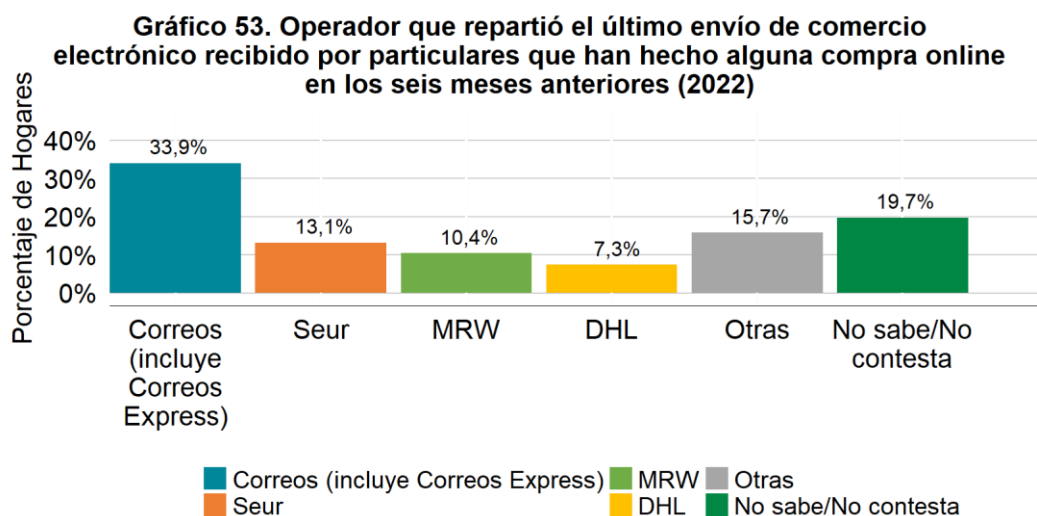
El 51,4% de los encuestados internautas realizaron al menos una compra en Internet en los seis meses anteriores. En el 94,8% de los casos, esas compras en Internet dieron lugar a la entrega de un paquete.

Las opciones de que dispusieron los particulares a la hora de recibir los paquetes de comercio electrónico fueron el plazo de entrega (el 46,9% de los encuestados), el coste del envío (el 38,4%), el horario de entrega (el 26,4% y el proveedor (el 21,4%). El 19,3% no tuvo ninguna de esas opciones a su disposición.



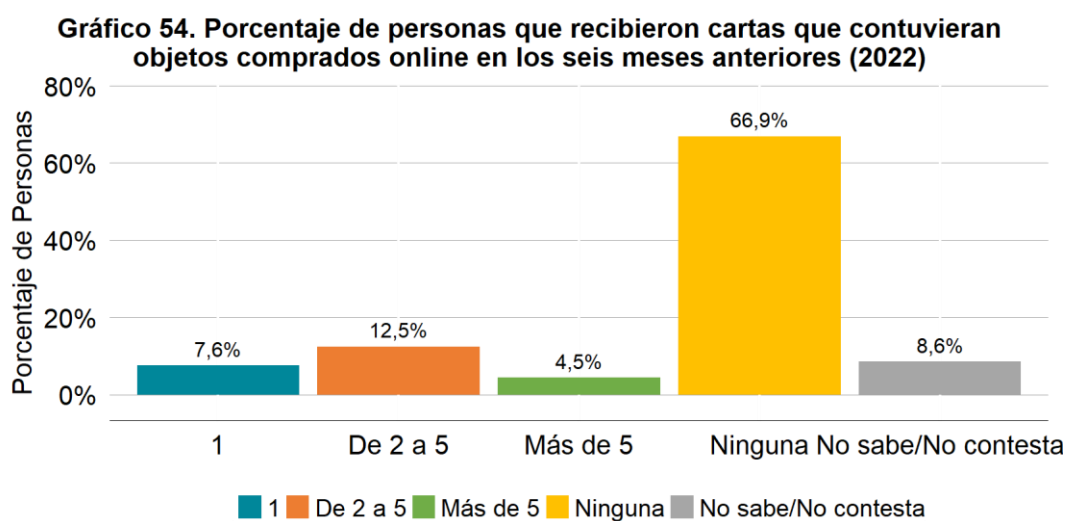
Fuente: Panel de hogares de la CNMC

El 33,9% de los encuestados manifestaron que fue el operador público quien le entregó el paquete resultado de su última compra en Internet.



Fuente: Panel de hogares de la CNMC

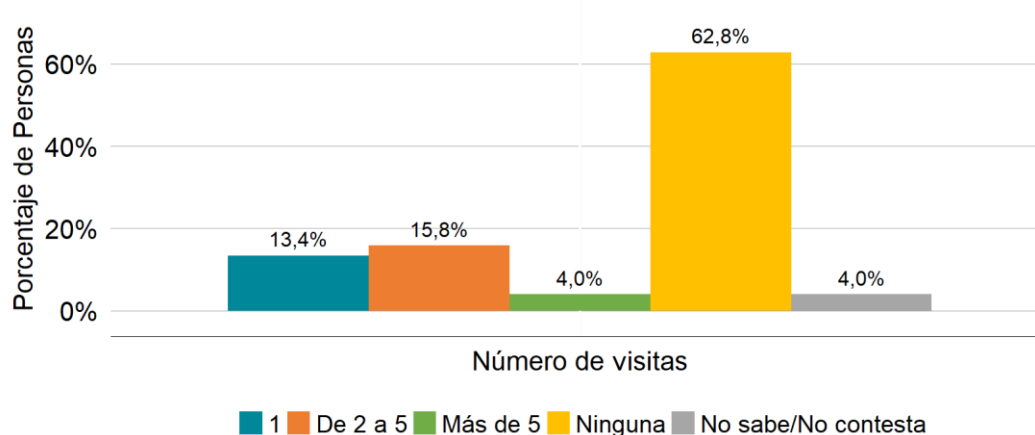
Alrededor del 25% de los encuestados manifestaron haber recibido alguna carta (que no paquete) conteniendo compras online.



Fuente: Panel de hogares de la CNMC

El 62,8% de los encuestados no visitó ninguna **oficina postal** en los 6 meses anteriores.

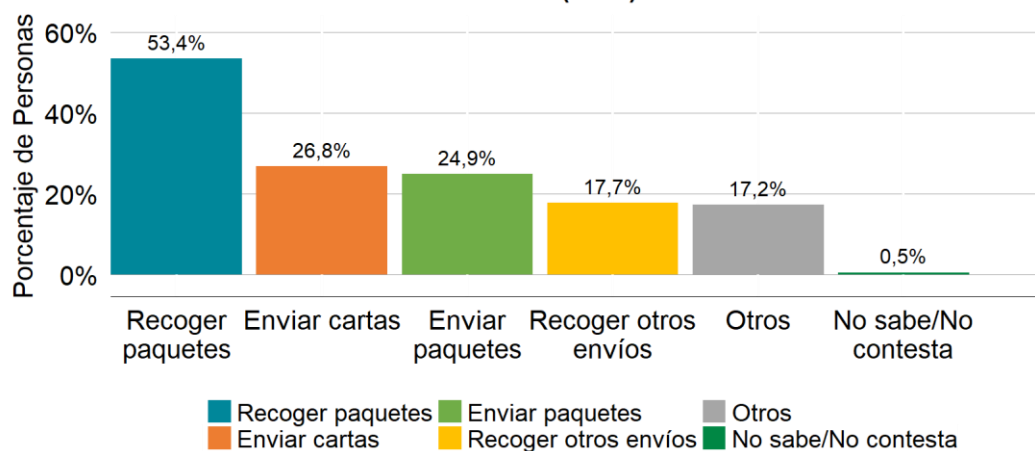
**Gráfico 55. Número de visitas a oficinas postales en los seis meses anteriores (2022)**



Fuente: Panel de hogares de la CNMC

Los motivos principales fueron la recogida de paquetes (53,4%, desde el 40% en 2015), el envío de cartas (26,8%, desde el 42% en 2015) y el envío de paquetes (24,9%, desde el 13% en 2015).

**Gráfico 56. Motivos de la visita a una oficina en los seis meses anteriores (2022)**



Fuente: Panel de hogares de la CNMC

En la siguiente tabla se encuentran los principales indicadores de este apartado.

**Tabla 8. Principales Indicadores del Uso de los Servicios Postales y Comercio Electrónico (2022)**

| Concepto                  | Indicador                                    | Dato   | Variación |
|---------------------------|----------------------------------------------|--------|-----------|
| Recepción Correspondencia | Ninguna carta de empresas                    | 46,7%  | +3,2p.p.  |
|                           | Ninguna notificación                         | 54,8%  | -2,7p.p.  |
| Visitas Oficinas          | Ninguna visita                               | 62,8%  | +0,3p.p.  |
|                           | Enviar cartas                                | 26,8%  | -12,7p.p. |
|                           | Recoger otros envíos                         | 17,7%  | +1,5p.p.  |
|                           | Recoger paquetes                             | 53,4%  | +9,1p.p.  |
| Recepción Paquetería      | Correos reparto paquete particular           | 61,2%  | +1,1p.p.  |
| Comercio Electrónico      | Número transacciones                         | 375,7M | +12,7%    |
|                           | Alguna compra online                         | 51,0%  | +3,0p.p.  |
|                           | Correos reparto paquete comercio electrónico | 33,9%  | -5,7p.p.  |

*Fuente: Panel de hogares de la CNMC*

## 5. CONCLUSIONES

Las principales conclusiones que se pueden extraer de los apartados anteriores son las siguientes:

- En 2022 el número de **operadores postales** inscritos en el Registro postal aumentó dramáticamente hasta los 2.894. Las grandes plataformas de venta on-line han revolucionado los servicios postales apareciendo muchas empresas, sobre todo autónomos (667 autónomos inscritos en 2022), dedicadas a la distribución en última milla. Por eso los registros aumentaron en la Sección A y decrecieron en la Sección B<sup>30</sup>.
- Para elaborar este informe se han requerido datos de los **operadores inscritos con 50 empleados o más** cuya actividad es principalmente postal. Estos operadores son 8 en el segmento SPT y 22 en el segmento CEP. Los operadores de redes de transporte urgente han estimado los envíos que distribuyen sus empresas colaboradoras. En total, los datos recogidos corresponden a la actividad de unos 1.500 operadores postales.
- En 2022 en el **mercado postal** se gestionaron un total de 2.535 millones de envíos, por lo que se ingresaron 7.746,6 millones de euros. Ello supone un descenso del 10,1% en envíos y un aumento del 0,4% en ingresos respecto de 2021. Un 59% del total de esos envíos fueron en el segmento postal tradicional (SPT), y un 85% de esos ingresos fueron en el segmento de mensajería y paquetería (CEP).
- El número de envíos **SPT** siguió cayendo en 2022 (1.495,1 millones de envíos, un 13,7% menos que en 2021), acumulando un descenso del 57,4% desde 2015. Los ingresos fueron un 12,9% más bajos en 2022 que en 2015 (en 2022 retrocedieron un 7,1% respecto al 2021, hasta los 1.159,8 millones de euros). La evolución ha sido negativa en el Operador público y positiva en el Resto de operadores.
- Las cartas y tarjetas postales ordinarias fueron el principal producto SPT (el 77,6% del total de envíos), y el flujo nacional continuó siendo en 2022 el más habitual (el 93,7% del total de envíos).
- El principal operador SPT fue el Operador público, con una cuota del 87,7% de los envíos (2,2 p.p. menos que el año anterior). Esta cuota

---

<sup>30</sup> La resolución de la CNMC de 24 de septiembre de 2020 declaró que dos empresas del Grupo Amazon deben considerarse operadores postales y, por tanto, tanto ellas como sus colaboradores en los servicios postales debían darse de alta en el Registro postal. <https://www.cnmc.es/expedientes/stpdtsp00620>

del Operador público tocó mínimos en 2015 (84%) y fue máxima en 2019 (97%).

- El ingreso unitario SPT aumentó un 7,6% en 2022, hasta los 0,78 euros. La carta certificada fue el producto que más vio incrementar su ingreso unitario. La carta certificada es también el producto en el que el Operador público tiene más cuota (cerca del 99%).
- En el segmento **CEP** los envíos bajaron un 4,4% en 2022, reflejando posiblemente un ajuste de mercado después de las fuertes subidas durante la pandemia. Fueron 1.039,9 millones de envíos en total. Los envíos del Operador público cayeron un 10,5%. Los ingresos del segmento, por su parte, alcanzaron los 6.586,7 millones de euros, un 1,9% más que en 2021 y un 85% más que cinco años atrás. Los ingresos del Operador público cayeron un 5,6%.
- Los paquetes de tamaño más pequeño (hasta 2 kg) representaron el 66,3% del total de envíos y el ámbito nacional siguió predominando con el 67,8% del total de envíos. La cuota de mercado del Operador público en el segmento CEP quedó en el 17%. El ingreso unitario en el segmento aumentó hasta los 6,33 euros.
- Según el último **Panel de hogares** de la CNMC, en torno al 80% de los encuestados no envió ni recibió ninguna **carta** a otro particular en los seis meses anteriores a la encuesta. Las cartas recibidas suelen ser de empresas (de telecomunicaciones, de energía y de banco) y notificaciones administrativas. El 85% de los encuestados no envió ningún **paquete**, y rondaron ese mismo porcentaje los encuestados que no recibieron ninguno que no tuviera origen en una compra en Internet. Cerca de dos de cada diez usuarios que enviaron paquetes manifestaron que el último correspondió a una devolución de una compra en Internet. En el último trimestre de 2022 las transacciones de **comercio electrónico** en España alcanzaron los 375,7 millones, un 12,7% más respecto al trimestre anterior y un 12,4% más que en el mismo trimestre del año anterior. Cerca de dos de cada tres encuestados no visitó ninguna **oficina postal**.

Notifíquese el presente informe al Congreso de los Diputados, al Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital y al Ministerio de Transportes, Movilidad y Agenda Urbana y publíquese en la página web de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia ([www.cnmc.es](http://www.cnmc.es)).

## ANEXO I. FUENTES DE INFORMACIÓN

- Registro postal:
  - <https://www.mitma.gob.es/el-ministerio/servicios-postales/registro-general-de-empresas-prestadoras-de-servicios-postales>.
- CNMC Sócrates:
  - <https://socrates.cnmc.es>.
- CNMC Data:
  - <http://data.cnmc.es>.

## ANEXO II. LISTADO DE LOS PRINCIPALES OPERADORES DEL MERCADO POSTAL

| NUM | DENOMINACIÓN                                                                   |
|-----|--------------------------------------------------------------------------------|
| 1   | AMAZON: AMAZON ROAD TRANSPORT SPAIN, S.L.U. y AMAZON SPAIN FULFILLMENT, S.L.U. |
| 2   | AKROPOST, SERVICIOS POSTALES DEL PAIS VASCO, S.A.                              |
| 3   | ARA VINC S.L.                                                                  |
| 4   | ASENDIA SPAIN S.L.U.                                                           |
| 5   | CORREO INTELIGENTE POSTAL S. A                                                 |
| 6   | CORREOS EXPRESS PAQUETERIA URGENTE S.M.E                                       |
| 7   | CTT ESPRESSO - SERVIÇOS POSTAIS E LOGISTICA SA SUCURSAL EN ESPAÑA.             |
| 8   | DHL EXPRESS SPAIN S.L.U.                                                       |
| 9   | DHL PARCEL IBERIA, S.L.U.                                                      |
| 10  | DRONAS 2002, S.L.U (NACEX)                                                     |
| 11  | ENVIALIA WORLD, S.L.                                                           |
| 12  | FEDEX EXPRESS SPAIN S.L.                                                       |
| 13  | FITMAN, S.L. (MRW)                                                             |
| 14  | GENERAL LOGISTICS SYSTEMS SPAIN S.A                                            |
| 15  | GUREAK MARKETING SLU                                                           |
| 16  | HISPAPOST S.A.                                                                 |
| 17  | ICS MENSAJERIA LOCAL S.L.                                                      |
| 18  | INTERNATIONAL MAIL (SPAIN), S.L.                                               |
| 19  | ONTIME TRANSPORTE Y LOGISTICA SL.                                              |
| 20  | RECERCA I DESENVOLUPAMENT EMPRESARIAL, S.L.                                    |
| 21  | SENDING TRANSPORTE Y COMUNICACION S.A.U.                                       |
| 22  | SEUR, S.A.                                                                     |
| 23  | SOCIEDAD ESTATAL CORREOS Y TELEGRAFOS, S.A.                                    |
| 24  | TELEFONICA SERVICIOS INTEGRALES DE DISTRIBUCION, S.A.U.<br>ZELERIS             |
| 25  | TRANSPORTE INTEGRAL DE PAQUETERIA, S.A.                                        |
| 26  | UNITED PARCEL SERVICE ESPAÑA LTD. Y CIA, SRC (UPS)                             |