



**ANÁLISIS DEL SECTOR POSTAL
Y DEL SECTOR DE LA MENSAJERÍA
Y PAQUETERÍA:
*METODOLOGÍA UTILIZADA Y
RESULTADOS OBTENIDOS***

18 de diciembre de 2014

INDICE

I.	INTRODUCCIÓN	3
II.	SECTOR POSTAL TRADICIONAL.....	7
II.1.	Análisis de las empresas con autorización administrativa singular	7
II.2.	Análisis de la información recogida	8
II.2.1.	Correos	10
II.2.2.	Red de Unipost	15
II.2.3.	Grupo Akropost	21
II.2.4.	Empresas consolidadoras	22
II.2.5.	Empresas consolidadoras internacionales	24
II.2.6.	Empresas independientes.....	27
II.3.	Cifras clave del Sector Postal Tradicional (SPT)	30
II.3.1.	Facturación	30
II.3.2.	Envíos	31
II.3.3.	Empleo y recursos materiales	32
III.	SECTOR DE LA MENSAJERÍA Y LA PAQUETERÍA.....	34
III.1.	Análisis de las empresas inscritas en Sección A del Registro Postal .	34
III.2.	Análisis de la información recogida.....	37
III.2.1.	Integradores.....	41
III.2.2.	Operador público	42
III.2.3.	Operadores con red de franquicias	43
III.2.4.	Operadores independientes.....	45
III.3.	Cifras clave del Sector de la Mensajería y Paquetería (CEP)	47
III.3.1.	Facturación	47
III.3.2.	Envíos	48
III.3.3.	Empleo y recursos materiales -CEP	49
	ANEXO I.....	51
	ESTADÍSTICAS POSTALES DE OTRAS INSTITUCIONES PÚBLICAS	51
I.	INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (INE).....	51
II.	INSTITUCIONES EUROPEAS	56
	ANEXO II.....	60
	CUESTIONARIOS REMITIDOS A LOS OPERADORES DEL SECTOR POSTAL TRADICIONAL Y DE MENSAJERÍA Y PAQUETERÍA.....	60

ANÁLISIS DEL SECTOR POSTAL Y DEL SECTOR DE LA MENSAJERÍA Y PAQUETERÍA: METODOLOGÍA UTILIZADA Y RESULTADOS OBTENIDOS

I. INTRODUCCIÓN

El objeto del presente informe es explicar la metodología empleada para la obtención de los principales indicadores del Sector Postal y del Sector de la Mensajería y Paquetería así como exponer las cifras clave de ambos segmentos correspondientes al año 2013, sentando con ello las bases para la puesta en marcha en la CNMC de un portal de datos que permita:

- Disponer de una herramienta que posibilite al supervisor de la regulación conocer con mayor profundidad determinados datos del mercado postal y de la mensajería y paquetería para su mejor supervisión y control.
- Dotar de mayor transparencia al mercado en beneficio de todos los agentes implicados.
- Dar respuesta a las solicitudes de información de organismos europeos (Comisión Europea, OCDE, grupo de reguladores postales europeos....).

El estudio se ha realizado con la información obtenida de las empresas inscritas en el Registro General de Empresas Prestadoras de Servicios Postales (en adelante Registro Postal) al que alude el artículo 39 de la Ley 43/2010, 30 de diciembre, del Servicio Postal Universal, de los derechos de los usuarios y del mercado postal (en adelante Ley Postal). Conforme al Título IV de la Ley Postal los operadores que pretendan prestar servicios postales deberán estar inscritos en este Registro, regulado por el Real Decreto 81/1999, de 22 de enero (modificado, a su vez, por RD 101/2010, de 5 de febrero).

El Registro se estructura en dos secciones:

- **Sección A:** en la que se inscriben los datos relativos a los operadores que, habiendo enviado una declaración responsable, prestan servicios no incluidos en el servicio postal universal.
- **Sección B:** en la que se inscriben los datos relativos a los titulares que disponen de una autorización administrativa singular que les habilita para prestar servicios incluidos en el ámbito del servicio postal universal (SPU).

Por la propia definición de cada una de las secciones y por los análisis realizados en años anteriores, se puede afirmar que, en general:

- Las empresas inscritas en la **Sección B** o en ambas secciones, (es decir, las empresas que disponen de autorización administrativa singular), se caracterizan en su mayoría, por dedicarse a la gestión de cartas y tarjetas postales, publicidad directa¹, libros, catálogos y publicaciones periódicas de carácter ordinario, cuya entrega se realiza a través de casilleros domiciliarios así como a la gestión de cartas certificadas y notificaciones administrativas. Pertenecen por tanto, al Sector Postal Tradicional (SPT).
- Las empresas inscritas sólo en la **Sección A** pertenecen en su mayoría al Sector de la Mensajería y Paquetería, también denominado CEP (Courier, Express & Parcels). Su oferta la forman principalmente los envíos urgentes, con compromiso de entrega en plazo determinado, y los envíos de paquetería.

Para la recogida de información se elaboraron tres cuestionarios diferentes, que se adjuntan en el anexo II, dirigidos a tres grupos de empresas. En primer lugar, se remitió un cuestionario específico para las empresas del Sector de la Mensajería y Paquetería, esto es, 31 empresas. En segundo lugar, se remitieron cinco cuestionarios específicos para las principales empresas del Sector Postal Tradicional. Por último, se envió un cuestionario más breve para el resto de empresas de ese sector tradicional. El número total de unidades encuestadas en el Sector Postal Tradicional (con cuestionario ampliado y reducido) fue de 421 empresas.

Antes de proceder al envío de los requerimientos de información, se celebraron reuniones con asociaciones de ambos sectores para exponer los objetivos de este estudio, el calendario establecido, los cuestionarios previstos y la muestra seleccionada. Se tuvieron en cuenta las sugerencias y comentarios que se recogieron en dichas reuniones.

Tras un seguimiento exhaustivo a las empresas para conseguir el mayor índice de respuesta posible, se llevó a cabo el análisis y validación de la información. Aunque se obtuvo un índice de respuesta muy alto (79% en el Sector Postal

¹ El Reglamento de Prestación de los Servicios Postales (R.D. 1829/1999, de 3 de diciembre) define la publicidad directa como “el envío que, destinado a la promoción y venta de bienes y servicios, reúna además los siguientes requisitos:

- a) Que esté formado por cualquier comunicación que consista únicamente en anuncios, estudios de mercado o publicidad.
- b) Que contenga un mensaje similar, aunque el nombre, la dirección y cualesquiera números concretos de identificación que se asignen a sus destinatarios, sean distintos en cada caso.
- c) Que se remita a más de quinientos destinatarios.
- d) Que se dirija a las señas indicadas por el remitente en el objeto mismo o en su envoltura.
- e) Que su distribución se efectúe en sobre abierto, para facilitar la inspección postal.
- f) Que en su cubierta figure la expresión "P. D." a efectos de facilitar la identificación de estos envíos.”

Tradicional y el 100% en el Sector de la Mensajería y Paquetería), inicialmente la calidad de las respuestas no fue la deseada, por lo que fue necesario solicitar aclaraciones a las empresas y, en algunos casos, con la información disponible realizar estimaciones de algunos indicadores.

Con la información obtenida, además de analizar las características de las empresas, ha sido posible, para el Sector Postal Tradicional, la determinación de una muestra representativa que permita recoger la información de forma asequible sin perder fiabilidad en los resultados. El número final de empresas seleccionadas para el cálculo de los indicadores del año 2013 se ha reducido de los 421 operadores a 14, disminuyendo considerablemente, para futuros ejercicios, los recursos necesarios para la encuestación y validación de dichos cuestionarios. Naturalmente, como posteriormente se observará, esto es posible por la elevada concentración de la actividad del sector postal en unos pocos operadores.

El informe se ha estructurado en dos apartados, el primero se refiere al Sector Postal Tradicional (que incluye a la mayoría de las empresas con autorización administrativa singular y a la Sociedad Estatal Correos y Telégrafos, S.A.²-en adelante Correos-) y el segundo apartado al Sector de la Mensajería y Paquetería (empresas inscritas en la sección A del Registro, incluyendo los productos CEP de Correos)³.

A su vez, cada apartado se divide en dos partes. En la primera parte se expone el procedimiento que se ha seguido y las principales conclusiones que se han obtenido del estudio realizado, determinando la muestra que se va a utilizar para el cálculo de las cifras clave. Estas cifras clave se muestran en la segunda parte de cada uno de los dos apartados en que se ha estructurado el informe. Los datos aquí analizados, correspondientes al ejercicio 2013, son los primeros que se obtienen, por lo que no se dispone de evoluciones temporales de los indicadores del mercado.

Por último, en el anexo I del informe se relacionan otros organismos públicos nacionales y europeos que también recogen estadísticas postales como son el Instituto Nacional de Estadística (INE) y la Dirección General de Mercado Interior y Servicios de la Comisión Europea. Se hace una breve exposición de las características de cada uno de ellos resumiendo los últimos datos publicados.

²Correos únicamente figura inscrita en la Sección A del Registro. Realiza la prestación de servicios incluidos en el ámbito del SPU en virtud de la disposición adicional primera de la Ley Postal, por lo que no está inscrito en la Sección B.

³ La distinción entre un segmento y otro es fácil de determinar pudiendo clasificar las empresas, en función de la oferta de sus productos, en uno u otro segmento. Sin embargo se pueden encontrar empresas que, aun operando de forma mayoritaria en un segmento, gestiona envíos del otro. El ejemplo más claro es el caso de Correos que, aunque es el principal operador del SPT, cada vez más, gestiona y reparte envíos de paquetería. Por el contrario, se han detectado empresas que colaboran o son franquicias de redes de mensajería y paquetería pero también, de forma residual, colaboran con Unipost (principal operador privado).

Una vez finalizado el estudio y tras el cálculo de los principales indicadores del mercado correspondientes al ejercicio 2013 se obtienen las siguientes conclusiones:

- La muestra de operadores seleccionada para el cálculo de los indicadores del Sector Postal Tradicional es suficientemente representativa. Con dicha selección se estima que no se estaría incluyendo menos del 1% del mercado.

La facturación en este segmento ha sido de 1.422 millones de euros y el número de envíos gestionados de 3.833 millones, siendo la cuota de mercado de Correos, respecto a los ingresos en el SPT, del 91,5% y respecto a los envíos del 87,2%.

Del análisis individualizado de los importes netos de la cifra de negocios de los operadores, se concluye que la mayoría de las empresas del sector están sufriendo disminuciones de su facturación. La caída de facturación de los dos principales operadores, Correos y Unipost, S.A., en los últimos 5 años ha sido del 24,8% y del 19,6% respectivamente.

- Respecto al estudio del Sector de la Mensajería y Paquetería, se estima que los datos ofrecidos en el apartado de cifras clave representan el 71% del mercado. Esto obedece a que no todas las empresas matrices de las redes que operan en régimen de franquicias disponen de datos de toda la red. Se deben valorar, por tanto, otras líneas de estudio que permitan completar en el futuro la aproximación estadística al sector.

La facturación del Sector de la Mensajería y Paquetería, incluyendo la relativa a la prestación de servicios CEP de Correos, asciende a 2.372 millones de euros. Con estos datos, el 56% de la facturación corresponde al importe conjunto de las tres empresas con mayor volumen de ingresos (DHL, SEUR y UPS).

Se observa el descenso de la facturación del ejercicio 2012, respecto a la del año anterior, de la mayoría de operadores de este segmento, experimentando una ligera recuperación durante el ejercicio 2013.

Todos los operadores del Sector de la Mensajería y Paquetería, conscientes del mayor potencial de crecimiento debido al comercio electrónico, han incrementado la oferta de servicios y productos de este nicho de mercado ofreciendo plataformas de venta para las empresas de comercio electrónico, implantando soluciones específicas para facilitar la entrega de los envíos o aumentando los horarios de servicio.

II. SECTOR POSTAL TRADICIONAL

Las empresas de este segmento se caracterizan por realizar algunas o todas las actividades de la cadena postal y poner a disposición de sus clientes una red de admisión, clasificación, recogida, transporte, distribución y entrega de cobertura nacional, provincial o local.

Los envíos postales característicos de este segmento son las cartas y tarjetas postales y la publicidad directa, de carácter ordinario, cuya entrega se realiza a través de casilleros domiciliarios. También se incluyen en este segmento las cartas certificadas y las notificaciones administrativas.

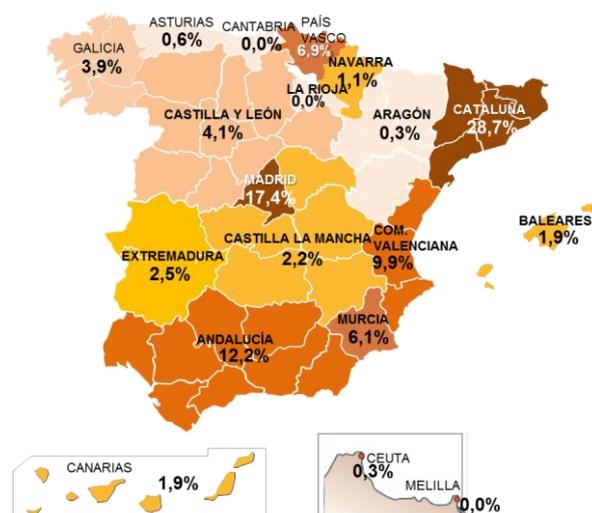
La mayor parte de los productos que ofrecen están incluidos dentro del ámbito del SPU por lo que las empresas de este sector disponen de autorización administrativa singular.

II.1. Análisis de las empresas con autorización administrativa singular

El número de empresas con autorización administrativa singular (inscritas en la sección B) y, por tanto, habilitadas para prestar servicios postales incluidos en el ámbito del servicio postal universal, a 1 de enero de 2013, era de 363 empresas.

En la figura 1 se representa la distribución nacional de estas empresas. El mayor número se concentra en Cataluña seguido por la Comunidad de Madrid.

Figura 1. Distribución geográfica de los operadores postales con autorización singular (01/01/2013)



Fuente: Elaboración propia

Ya en años anteriores se había recabado información de estas empresas aunque no se había validado la misma. Por ello, en esta ocasión, con el fin de disponer de datos suficientes para seleccionar una muestra que garantizase, cualitativa y cuantitativamente, la representatividad de este segmento del mercado, se ha optado por volver a recabar información de todas las empresas con autorización administrativa singular durante el ejercicio 2013, enviándose cuestionarios a un total de 421 empresas. Ello incluye tanto a las empresas inscritas a 1 de enero de 2013 como a las empresas que se han dado de alta a lo largo de ese ejercicio.

Se han recibido 331 cuestionarios contestados, lo que significa un índice de respuesta del 79%. De las empresas de las que no se ha recibido información, se ha procedido a analizar los datos disponibles de otros años, cuentas anuales del Registro Mercantil, páginas web, etc. De ese modo se ha llegado a la conclusión que sólo en cinco casos es conveniente incluir, de forma estimada, la información disponible para su tabulación.

De las 85 empresas restantes, 42 son empresas con una actividad postal muy reducida o nula, 31 empresas se han disuelto, 7 son empresas de mensajería y paquetería sin actividad o actividad muy reducida en el sector postal tradicional y 5 son Agentes Comerciales de Correos (que, como se verá más adelante, no se han incluido en el estudio).

Se puede afirmar, por tanto, que la muestra obtenida representa fielmente el mercado postal tradicional.

II.2. Análisis de la información recogida

El primer análisis que se ha realizado con los cuestionarios recibidos ha consistido en clasificar las empresas según el tipo de servicio que ofrecen o la red en que trabajan.

Figura 2. Clasificación de las empresas con autorización singular

Tipo de empresa	Número de empresas	Porcentaje
Correos	1	0,3%
Unipost + empresas franquicias o colaboradoras	164	48,8%
Akropost + empresas franquicias o colaboradoras	4	1,2%
Empresas independientes	51	15,2%
Empresas consolidadoras	20	6,0%
Empresas consolidadoras de correo internacional	4	1,2%
Empresas de mensajería	21	6,2%
Agentes comerciales de Correos	48	14,3%
Empresas sin actividad postal	23	6,8%
TOTAL	336	100%

Fuente: Elaboración propia

En segundo lugar, con esta información, se han excluido a aquellas empresas que no son propiamente postales o que su actividad en el Sector Postal Tradicional es muy reducida, como es el caso de los (48) Agentes Comerciales de Correos (que se citarán más adelante al explicar las empresas consolidadoras pero que, por sus especiales características, sus datos quedan completamente englobados en los datos de Correos), las (21) empresas de mensajería, que se analizan en el apartado III, y (23) empresas de muy diferentes características como un buscador on-line de productos de mensajería, bazares que venden estampillas de operadores postales privados, empresas dedicadas a comunicaciones telemáticas fehacientes (burofax)⁴ o que declaran que en el ejercicio 2013 no han tenido actividad postal.

⁴ El burofax es un producto ofrecido por Correos que es comúnmente admitido por la jurisprudencia española en procedimientos judiciales de cualquier orden jurisdiccional (salvo supuestos muy escasos y específicos) como un medio válido y fehaciente de acreditación de comunicaciones, tanto de su contenido como de su recepción. Tras la liberalización del mercado postal, diferentes empresas están ofreciendo productos y servicios similares al burofax de Correos así como servicios de certificación de correos electrónicos y comunicaciones telemáticas, que ofertan dicho valor probatorio. Cabe señalar que también existen empresas del Sector de la Mensajería y Paquetería que ofrecen estos servicios, como por ejemplo MRW Burofax o SEUR Burofax que presta servicios de notificación certificada avalados por una empresa asociada, Logalty que actúa como Tercero de Confianza.

Atendiendo a lo anterior, se han clasificado a las empresas del Sector Postal Tradicional de la siguiente manera:

- Sociedad Estatal Correos y Telégrafos S.A. (Correos)
- Red Unipost
- Grupo Akropost
- Empresas independientes
- Empresas consolidadoras
- Empresas consolidadoras de correo internacional

En los apartados siguientes se desarrollan cada una de estas tipologías explicando sus principales características (con base, fundamentalmente, en el análisis de los cuestionarios recibidos) y la evolución de las cifras de negocios de los principales operadores. Para ello, constituye un objetivo fundamental controlar la doble contabilización, ya que algunos de los operadores trabajan con los mismos envíos en distintos puntos de la cadena de valor.

Por otro lado, en cada uno de los apartados se señala la muestra que se ha utilizado para calcular los principales indicadores del Sector Postal Tradicional. Como criterio general se han seleccionado a aquellos operadores con una facturación por servicios postales superior al millón de euros.

II.2.1. Correos

La Ley Postal otorga a la Sociedad Estatal Correos y Telégrafos, S.A. (en adelante Correos) la condición de operador designado por el Estado para prestar el servicio postal universal, durante quince años, a partir del 1 de enero de 2011, quedando sujeto a las obligaciones de servicio público.

Correos es el principal operador del Sector Postal Tradicional. Pertenece al Grupo Correos que está constituido además, por Correos Express Paquetería Urgente, S.A. -antes Chronoexpres- (transporte urgente de documentos y paquetería), Nexea Gestión Documental, S.A. (soluciones de gestión documental para la comunicación de las empresas) y Correos Telecom, S.A. (gestión de redes de telecomunicación).

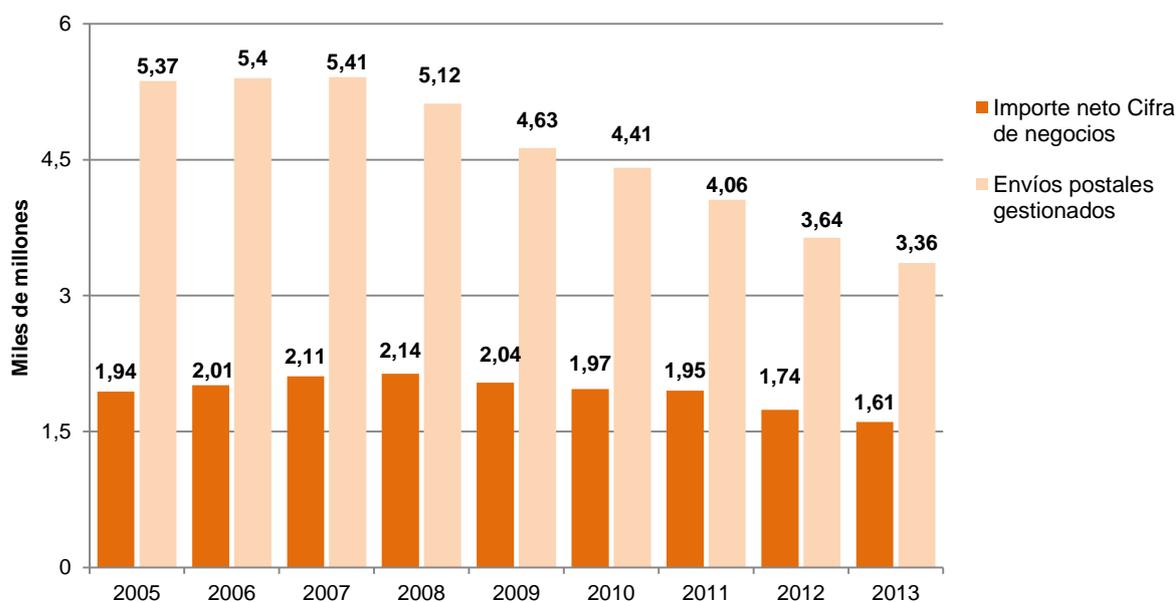
En junio de 2012, el Grupo Correos se integra en el Grupo SEPI (Sociedad Estatal de Participaciones Industriales) quien es accionista único.

La red postal pública gestionada por Correos se caracteriza por su gran capilaridad y cobertura territorial. En 2013 contaba con 9.288 puntos de atención (2.375 oficinas multiservicio y 6.913 servicios rurales).

En el ejercicio 2013, Correos ha obtenido unos ingresos de 1.605 millones de euros (importe neto de la cifra de negocios) de los que un 10,76% han sido ingresos por actividades no postales.

La Sociedad Estatal ha gestionado, en 2013, un volumen de 3.362 millones de envíos. Desde el año 2008 la evolución de los resultados, relativos tanto al importe neto de la cifra de negocios como al volumen de envíos gestionados, ha sido negativa. En el año 2013, el descenso en la cifra de negocios, respecto al año anterior, ha sido del 7,71%. En cuanto al volumen de envíos gestionados, la caída ha sido del 7,67%, en el mismo periodo.

Figura 3. Evolución de ingresos y envíos (2005-2013) - Correos



Fuente: Elaboración propia a partir de los Informe anuales de Correos y encuesta 2013

En el ejercicio 2013 del total de envíos gestionados, el [90-100%] han sido envíos de correspondencia y publicidad directa obteniendo, por estos productos, el [90-100%]% de sus ingresos.

Figura 4. Distribución de ingresos por productos - Correos

	Ingresos
Cartas y tarjetas ordinarias	[50%-60%]
Carta certificada y notificaciones	[30%-40%]
Publicidad directa y otras publicaciones	[0%-10%]
Envíos CEP	[0%-10%]

Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta 2013

Figura 5. Distribución del número de envíos por productos - Correos

	Envíos
Cartas y tarjetas ordinarias	[70%-80%]
Carta certificada y notificaciones	[0%-10%]
Publicidad directa y otras publicaciones	[10%-20%]
Envíos CEP	[0%-10%]

Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta 2013

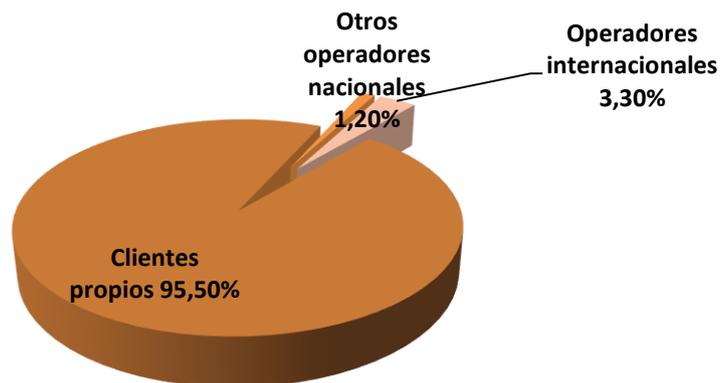
La mayoría de los envíos admitidos proceden de clientes propios, ascendiendo, en el año 2013, este porcentaje al 95,5%, lo que supone el 94,5% de sus ingresos postales. De otros operadores nacionales reciben el 1,20% de sus envíos y el 1,25% de sus ingresos y el resto son relativos a envíos de importación. A ese respecto, hay que recordar que la Ley Postal garantiza el acceso a la red postal gestionada por Correos, al resto de operadores titulares de autorización administrativa singular. Los datos de envíos admitidos a operadores nacionales no incluyen los datos de las empresas consolidadoras que figuran en los relativos a clientes propios.

Figura 6. Distribución de ingresos según admisión - Correos



Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta 2013

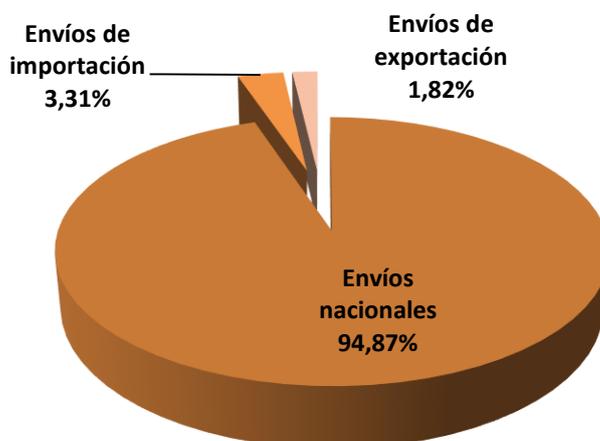
Figura 7. Distribución del número de envíos según admisión - Correos



Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta 2013

Respecto al porcentaje de envíos internacionales, tanto de importación como de exportación, es del 5% respecto al total de envíos gestionados por el operador.

Figura 8. Distribución del número de envíos según origen y destino - Correos



Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta 2013

En el caso de Correos, para el cálculo de los indicadores del Sector Postal Tradicional, se han excluido los datos relativos a los productos CEP, que se incluyen en las cifras clave del Sector de la Mensajería y Paquetería.

II.2.2. Red de Unipost

La red de Unipost está compuesta por el grupo Unipost (formado por Unipost Servicios Generales, S.L., Suresa Cit, S.L. y Unipost S.A.) y 211 empresas que son franquicias o colaboran con la red de Unipost.

Unipost S.A.

Unipost es el principal operador privado en el sector postal tradicional.

La empresa 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.

Su actividad principal es el correo empresarial, que abarca tanto la carta ordinaria y certificada como campañas publicitarias y distribución de publicaciones periódicas. Sus ingresos por productos del Sector Postal Tradicional alcanzan el [90-100%] de su facturación.

Figura 9. Distribución de ingresos según productos – Unipost S.A.

	Ingresos
Cartas y tarjetas ordinarias	[50%-60%]
Carta certificada y notificaciones	[20%-30%]
Publicidad directa y otras publicaciones	[10%-20%]
Envíos CEP	[0%-10%]

Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta 2013

Unipost ha gestionado, en el año 2013, más de 400 millones de envíos, de los cuales, sólo el [0-10%] son envíos CEP.

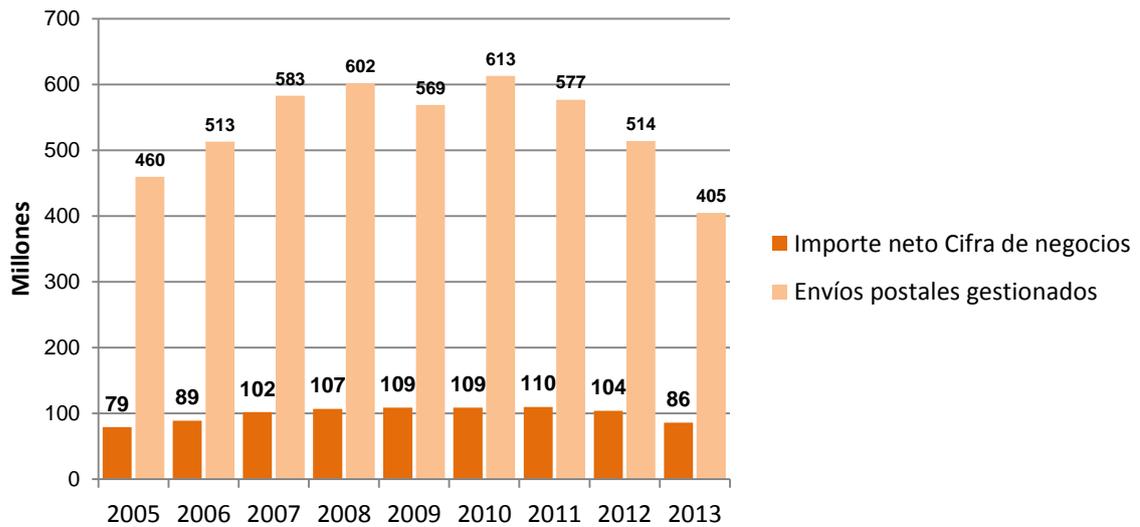
Figura 10. Distribución del número de envíos según productos – Unipost S.A.

	Ingresos
Cartas y tarjetas ordinarias	[70%-80%]
Carta certificada y notificaciones	[0%-10%]
Publicidad directa y otras publicaciones	[20%-30%]
Envíos CEP	[0%-10%]

Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta 2013

En el año 2013, ha facturado 86 millones de euros, lo que supone una caída del 17,04% respecto a la facturación del año 2012.

Figura 11. Evolución de importe neto de la cifra de negocios - Unipost S.A.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Registro Mercantil y encuestas 2012-2013

Según la información publicada por el operador, tiene 65 centros de trabajo propios. Además, como se ha señalado anteriormente, para asegurar su cobertura nacional dispone de una red de franquicias y establece acuerdos de colaboración con otros operadores privados de ámbito local.

Empresas colaboradoras de la red de Unipost

Unipost S.A. declara que trabaja con 211 empresas entre empresas franquiciadas y colaboradoras. Para el análisis siguiente se han considerado los 164 cuestionarios recibidos de empresas identificadas como pertenecientes a la red Unipost⁵.

En general, son empresas de ámbito local que sólo reparten en determinados municipios, depositando los envíos que admiten con destino en otras localidades en la red Unipost o en Correos. El 56% de sus ingresos proceden de actividades postales y el 44% de actividades de manipulado de correspondencia, buzoneo, campañas de marketing, etc.

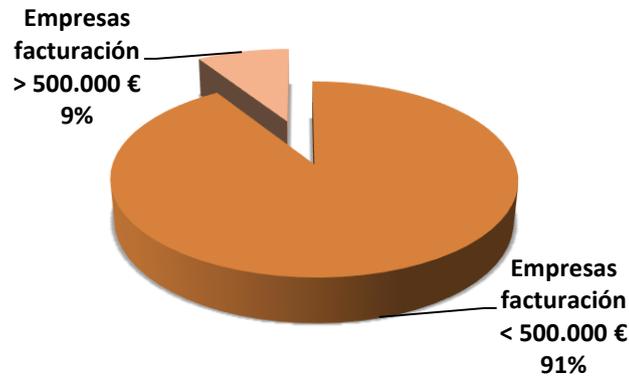
De los 164 operadores analizados, la mitad son personas físicas con un ingreso medio total por servicios postales de 41.000 euros.

El 91% tienen ingresos postales anuales de menos de 500.000 euros con un ingreso medio total, en el año 2013, de 94.324 euros. Estas empresas pequeñas tienen pocos clientes propios recibiendo la mayoría de los envíos (un 72%) de la red Unipost. Por el contrario, del total de los envíos que gestionan, entregan a la red Unipost o a Correos sólo el 7%, repartiendo por sus propios medios el 93% restante. En total han facturado por servicios postales 14 millones de euros y han gestionado 88 millones de envíos.

El 9% restante son empresas con ingresos postales superiores a 500.000 euros. Son 14 empresas que han facturado, por servicios postales, 15,6 millones de euros y gestionado 70,5 millones de envíos. La facturación postal media de estas empresas es de más de 1,1 millones de euros. El porcentaje de envíos que captan de clientes propios respecto de los que reciben de la red Unipost va creciendo cuanto más grande es la empresa. En el caso de estas empresas, más de la mitad de los envíos proceden de los remitentes frente al 28% de los operadores pequeños. Lógicamente, al aumentar el número de envíos procedentes de remitentes, también aumenta el porcentaje de envíos que no reparten por medios propios por tener destino fuera de su ámbito de reparto, entregando el 40% de los envíos gestionados a otros operadores para su distribución final, fundamentalmente a la red de Unipost o a Correos.

⁵ De las empresas que no se ha recibido información, el 25% colaboran con la red Unipost pero son empresas que o bien han cerrado o su facturación es muy baja. También existe una empresa de mensajería, que, aunque su actividad principal es el envío de productos de mensajería y paquetería, reparte, para la red Unipost, un alto número de notificaciones. Aunque los datos de esta empresa son lo suficientemente significativos para tenerlos en cuenta a la hora de calcular los indicadores del sector postal tradicional, no se han considerado en el análisis que se realiza en este apartado, por tratarse de una empresa del sector de la Mensajería y Paquetería y por lo tanto de características muy diferentes.

Figura 12. Distribución de las empresas colaboradoras de la red Unipost respecto a su facturación

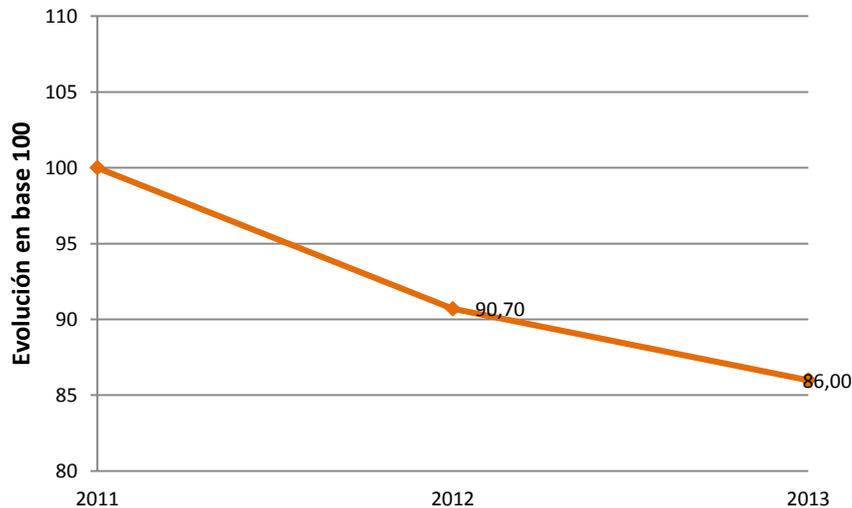


Fuente: Elaboración propia a partir de las encuestas 2013

Dan empleo a 1.927 personas de las cuales el 65% son repartidores.

De ejercicios anteriores sólo se dispone de datos relativos a las cuentas anuales. Se ha analizado la evolución, durante los últimos tres años, de los ingresos de estas empresas estimando una caída respecto al año 2011 del 14%.

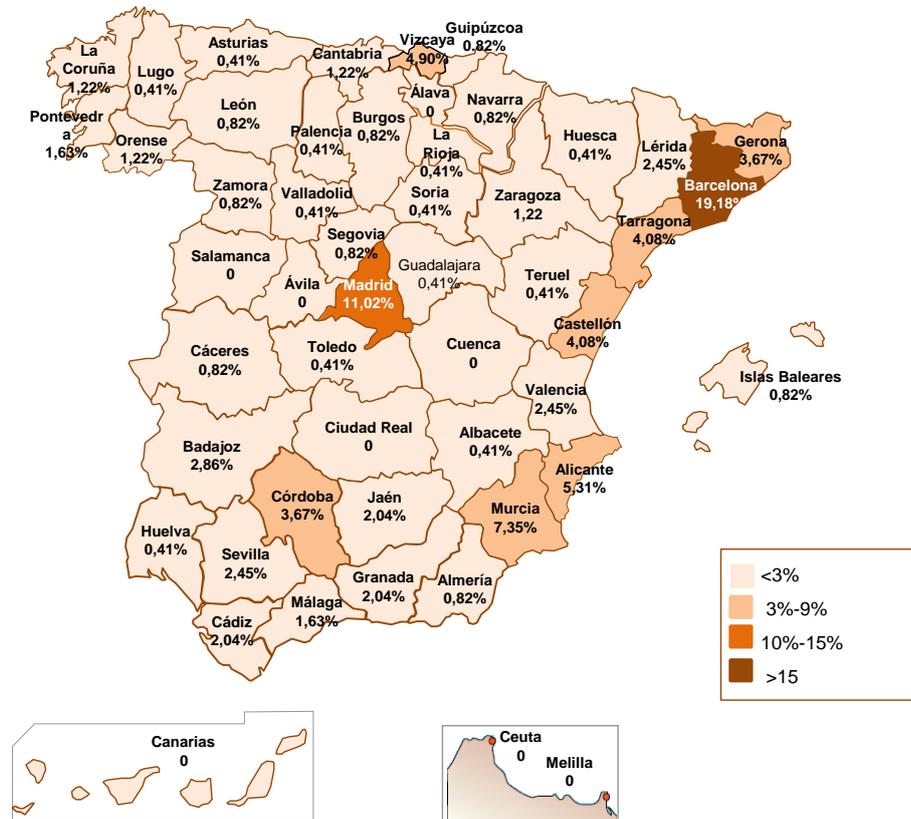
Figura 13. Evolución en base 100 del importe neto de la cifra de negocios (2011-2013) – Red Unipost



Fuente: Elaboración propia a partir de las encuestas 2013

Por otro lado, en la figura 14, se analiza la presencia de la red Unipost (teniendo en cuenta las 164 empresas analizadas y los centros propios de Unipost S.A.) en cada una de las provincias españolas, estimando el porcentaje de puntos en los que la red Unipost está presente respecto al total de puntos en todo el territorio nacional. La distribución no es homogénea, observándose una alta concentración de puntos en Cataluña, Comunidad Valenciana, Murcia y Madrid, mientras que en prácticamente el resto de las provincias españolas (exceptuando Córdoba y Vizcaya) no se alcanza el 3%.

Figura 14. Porcentaje de puntos de la red Unipost por provincia



Fuente: Elaboración propia a partir de las encuestas 2013

SELECCIÓN DE LA MUESTRA

Para el cálculo de los indicadores del Sector Postal Tradicional se han tenido en cuenta a Unipost S.A. y a seis empresas que son franquicias o colaboran con la red Unipost y que tienen una facturación en el SPT de más de un millón de euros.

Los datos de Unipost S.A. recogen también los datos de empresas que colaboran con la red y que entregan a ese operador envíos que no pueden repartir por medios propios o distribuyen envíos que les da Unipost S.A. Sin embargo, si solamente se tuviesen en cuenta los datos de Unipost S.A., se estaría perdiendo la parte de mercado correspondiente a los envíos que admiten los operadores directamente de sus clientes y que reparten por medios propios, es decir, envíos que no entran en la red Unipost.

Al incluir datos sobre los operadores que colaboran con la red de Unipost, hay que tener en cuenta que el 60% de los envíos que gestionan estas empresas proceden de otros operadores postales, principalmente de Unipost, y que el 22% de los envíos admitidos los entregan a Unipost o a Correos, para su distribución final, por lo tanto, si se suman los envíos de estas empresas a los envíos que gestionan los dos operadores principales, se produce una duplicidad al contabilizar dos o más veces un mismo envío. Al disponer este año de los datos de los operadores, independientemente de su tamaño, es posible estimar la magnitud de ese dato.

Parece razonable suponer que los envíos que un operador entrega a otro operador provienen de clientes propios, por lo que, si las empresas colaboradoras de Unipost admiten 63,1 millones de envíos de clientes propios y entregan a la red 34,4 millones de envíos, estarán repartiendo 28,7 millones de envíos procedentes de clientes propios, que, en ningún caso, están contemplados en los datos facilitados por Unipost.

Las seis empresas seleccionadas, con facturación superior a un millón de euros, gestionan 32,4 millones de envíos, una cifra muy similar al volumen de envíos que no se contemplan, por lo que la representatividad de la muestra está garantizada y el efecto duplicidad se minimiza.

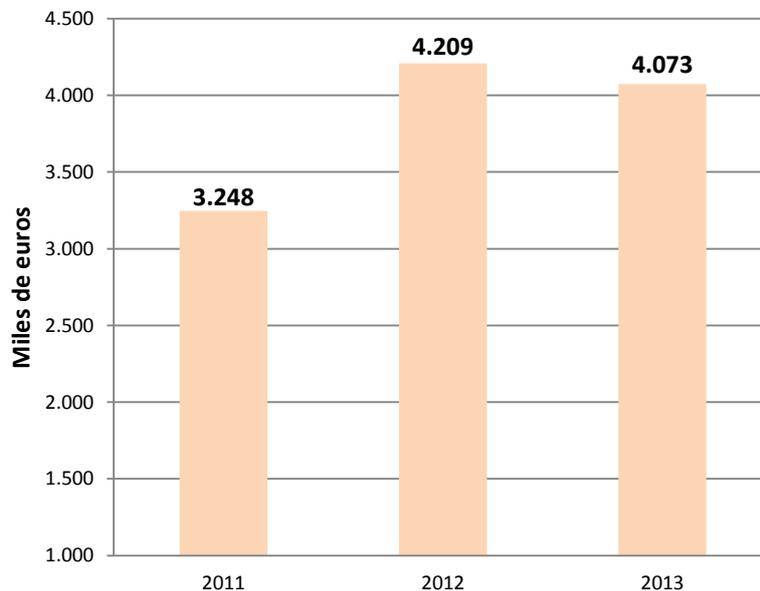
II.2.3. Grupo Akropost

De acuerdo con su página web, el grupo Akropost, 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.

La actividad principal del grupo Akropost es la distribución de correspondencia tanto ordinaria como certificada, así como envíos publicitarios y publicaciones periódicas. Diversifica su actividad ofreciendo a sus clientes el servicio de manipulado de envíos que comprende la impresión, plegado, ensobrado, plastificado, etc.

Según los datos disponibles, aportados por las empresas del grupo en las encuestas anuales, la de mayor volumen de negocios es Akropost Servicios Postales del País Vasco, S.A. Su facturación, respecto al ejercicio 2012, ha caído un 3,23%.

Figura 15. Evolución del importe neto de la cifra de negocios (2011- 2013) - Akropost Servicios Postales del País Vasco, S.A.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Registro Mercantil y encuesta 2013

SELECCIÓN DE LA MUESTRA

Sólo se tiene en cuenta a Akropost Servicios Postales del País Vasco, S.A., única empresa de la red Akropost con una facturación postal superior al millón de euros y que supone el 81% del total del grupo.

II.2.4. Empresas consolidadoras

Las empresas consolidadoras son operadores que 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; disponen de red de recogida, pero no de transporte ni de reparto.

Al gestionar y entregar un volumen mayor de envíos que el que emitiría cada uno de sus clientes por separado, consiguen de los operadores postales tradicionales unos descuentos superiores a los que obtendrían de forma individual sus clientes.

La actividad postal de estas empresas es residual respecto a su actividad principal, ofreciendo a sus clientes desde la impresión y ensobrado de facturas (empresas suministradoras, etc.) hasta la producción de los envíos de sus campañas de publicidad y marketing directo, lo que incluye su impresión, encuadernado, plastificado, ensobrado, etc. y en algunos casos el diseño y gestión de la propia campaña de marketing que abarca desde envíos promocionales de publicorreo hasta catálogos de productos.

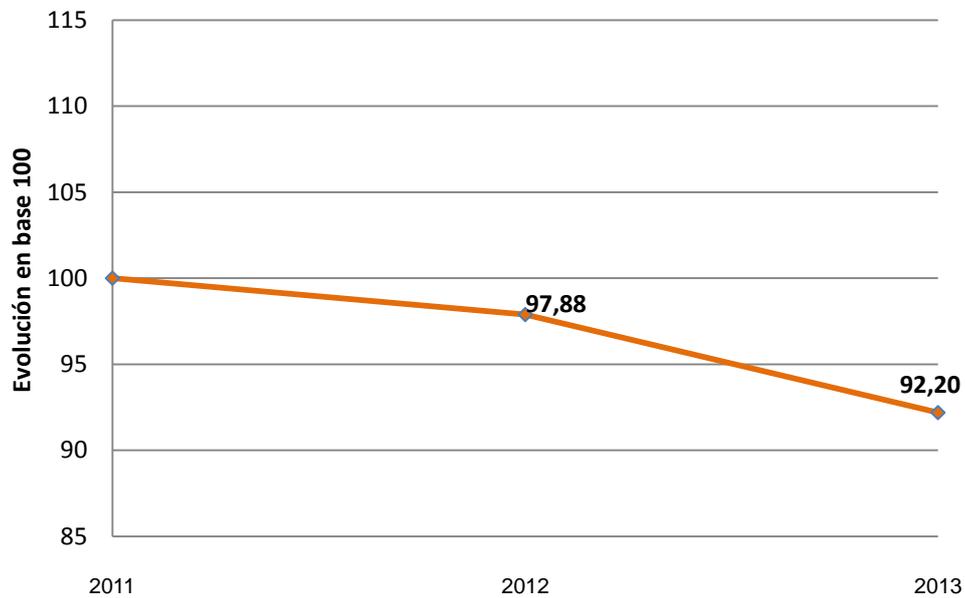
La diferencia fundamental de este tipo de empresas es que no disponen de red de reparto. El 100% de los envíos los entregan a otros operadores postales (mayoritariamente a Correos o Unipost).

Dentro de este tipo de operadores postales, se encuentran los Agentes Comerciales de Correos que, en virtud del contrato que firman con el operador público, utilizan su marca comercial y facturan los servicios postales en su nombre obteniendo unos rappels en función del número de envíos que depositan. No se han cuantificado sus ingresos ni envíos porque están incluidos en las cifras que presenta Correos, ya que la facturación a los clientes por los servicios postales se hace en nombre de la Sociedad Estatal.

Las empresas consolidadoras, excluyendo los Agentes Comerciales, han facturado, durante el ejercicio 2013, más de 214 millones de euros, de los cuales solo el 4% tiene su origen en servicios postales (7,9 millones de euros). Han gestionado 23,6 millones de envíos.

La evolución de sus ingresos totales, teniendo en cuenta las cuentas anuales de los últimos tres años, ha sido descendente, disminuyendo, respecto al ejercicio 2012, un 5,68%.

**Figura 16. Evolución en base 100 del importe neto de la cifra de negocios (2011-2013) -
Empresas consolidadoras**



Fuente: Elaboración propia a partir de las encuestas 2013

SELECCIÓN DE LA MUESTRA

Al no disponer de red de reparto, la totalidad de sus envíos los entregan a otros operadores para su distribución, por lo que su inclusión siempre supondría una duplicidad de datos. Por este motivo, no se ha seleccionado ningún operador de esta tipología.

II.2.5. Empresas consolidadoras internacionales

Hay tres empresas en el Registro Postal cuya actividad principal consiste en captar envíos en el territorio nacional con destino internacional para entregar a operadores de otros países para su distribución final⁶.

Es el caso de Asendia, que entrega sus envíos a Swiss Post, International Mail (Spring) que los entrega a Royal Mail y Deutsche Post que recibe envíos de Unipost y se los entrega a su propia red. En los tres casos, los operadores que reciben los envíos son operadores incumbentes en sus respectivos países y disponen en España de oficinas de cambio (ETOE) bajo legislación de la Unión Postal Universal (UPU) y sujetos a gastos terminales.

El 97% de sus ingresos procede de servicios postales y su ingreso medio unitario supera los 51 céntimos de euro, muy superior al resto de los operadores por el carácter internacional de sus envíos.

El 91% de sus envíos son de exportación y el 8% de importación siendo el porcentaje de envíos con origen y destino nacional menor al 1%.

Asendia Spain, S.L.U.

Asendia se crea en julio de 2012 tras la alianza entre los operadores postales internacionales, el suizo Swiss Post y el francés La Poste. La empresa conjunta, participada a partes iguales por ambos socios, se fijó como objetivo convertirse en el líder en soluciones B2C para el correo internacional.

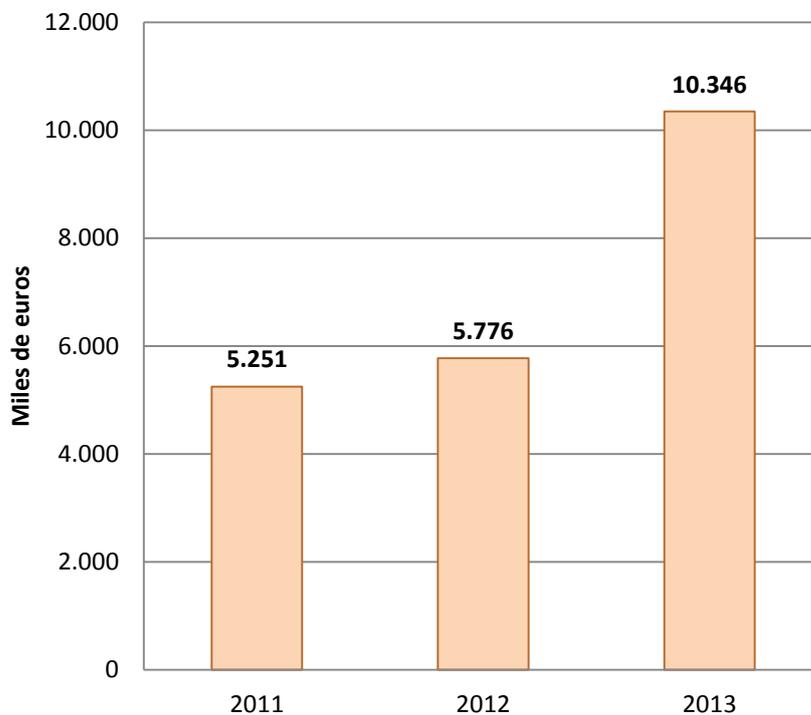
La presencia de Swiss Post en España se inicia en el año 2003 con la firma, por parte de Swiss Post International (división de Swiss Post especializada en envíos internacionales), de un acuerdo comercial con la empresa española ABC Mail y posteriormente con Mail Partners. Ambas empresas se unieron en el año 2013 pasando a denominarse Asendia Spain S.L.U.

⁶ Existe una cuarta empresa, B2B Europe, que, si bien su operativa es diferente, ya que recibe envíos de origen internacional, tampoco dispone de red de reparto puesto que entrega sus envíos a otros operadores postales. También presta servicios de mensajería y, aunque su facturación es de 2,7 millones de euros, su inclusión supondría una duplicidad de datos porque todos sus envíos están contabilizados en los datos de otros operadores.

La compañía ofrece a sus clientes, además de la entrega de la correspondencia internacional, servicios de distribución de publicidad directa, periódicos y publicaciones. Asimismo dispone de una red de buzones en la que clientes particulares depositan sus envíos previamente franqueados con estampillas que se venden en bazares.

La evolución de los ingresos de Asendia se representa en la figura 17, si bien, las cifras no son comparables porque en el año 2013 se incluyen también los datos de Mail Partners Spain, S.L.U.⁷.

Figura 17. Evolución del importe neto de la cifra de negocios (2011-2013)- Asendia Spain



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Registro Mercantil y encuesta 2013

⁷ La facturación de Mail Partners Spain, S.L.U., en 2011 fue de 282.869€ y en 2012 de 279.930€, según encuesta 2012.

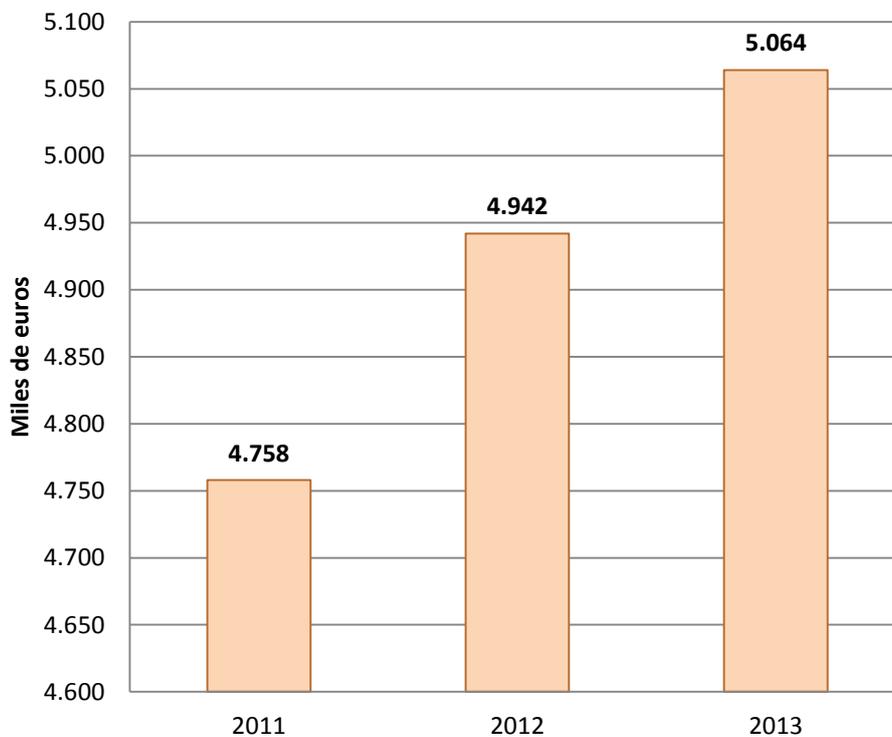
International Mail Spain, S.L. (SPRING GLOBAL MAIL)

Spring Global Mail nace de la alianza comercial entre dos operadores postales internacionales, el holandés TNT y Royal Mail Group, de Reino Unido. Su filial en España es la empresa International Mail Spain, S.L.

Dispone de acuerdos con los principales operadores mundiales para la distribución de los envíos internacionales, realizando operaciones en más de 60 países.

La tendencia de sus ingresos en los últimos tres años ha sido ascendente.

Figura 18. Evolución del importe neto de la cifra de negocios (2011-2013)- International Mail Spain, S.L.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Registro Mercantil y encuesta 2013

Deutsche Post AG

Deutsche Post AG es el principal operador postal de Alemania y posee el 37% del segundo operador español Unipost S.A.. Pertenece al grupo Deutsche Post DHL.

Su actividad en España se reduce a la gestión de los productos internacionales de Unipost, no teniendo ingresos por la admisión de envíos a clientes propios.

SELECCIÓN DE LA MUESTRA

Al igual que las empresas consolidadoras, no disponen de red de reparto, sin embargo casi el 100% de sus envíos tienen destino internacional por lo que su inclusión no supone una duplicidad de datos, salvo en el caso de Deutsche Post, que no tiene clientes propios sino que admite la totalidad de sus envíos a Unipost. Por este motivo se han considerado para el cálculo de los indicadores del mercado a Asendia y Spring.

II.2.6. Empresas independientes

Se han incluido en esta tipología, empresas que no tienen ningún acuerdo con otro operador postal. En total se han identificado 48 empresas.

Por término general, la actividad postal de estas empresas no es la principal ya que solo el 16% de sus ingresos proceden de estas actividades. Trabajan localmente y todos los envíos que gestionan proceden de clientes propios. Además reparten más del 97% del correo gestionado entregando la mayor parte del 3% restante a Correos.

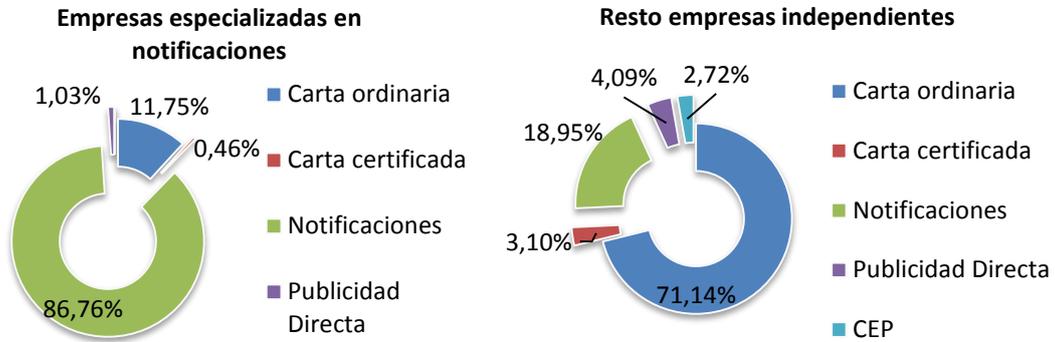
Admiten 15,2 millones de envíos por los que ingresan 9,5 millones de euros.

De las 48 empresas incluidas en este grupo, 14 pertenecen a un nicho de mercado caracterizado por su especialización en el producto de la notificación ya que son empresas cuyo cliente principal es el ayuntamiento o administración pública de su localidad. En total han facturado 7,5 millones de euros.

El resto de las empresas son de pequeño tamaño y no superan, en ningún caso, la cuantía de 250.000 euros por ingresos postales.

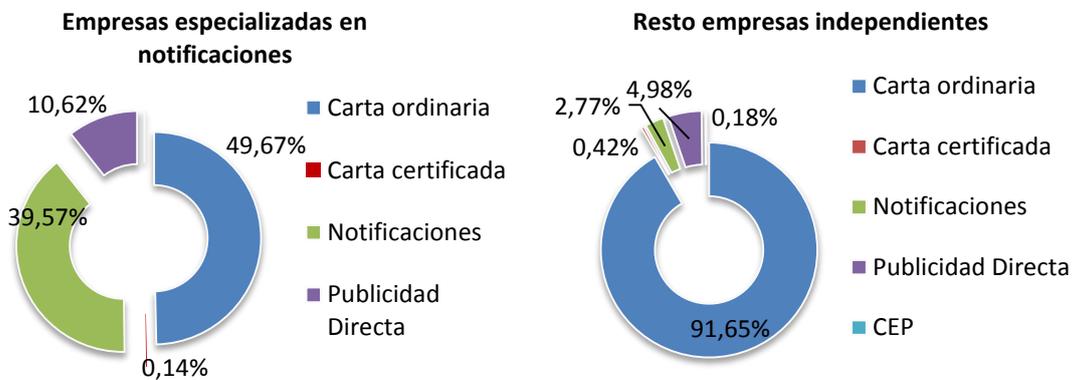
Las empresas especializadas en notificaciones tienen un ingreso medio unitario de 79 céntimos de euro, frente a los 29 del resto de las empresas independientes. Esto es debido a las diferencias existentes en los desgloses entre productos como se refleja en los gráficos siguientes.

Figura 19. Distribución de ingresos según productos – Empresas independientes



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de encuestas 2013

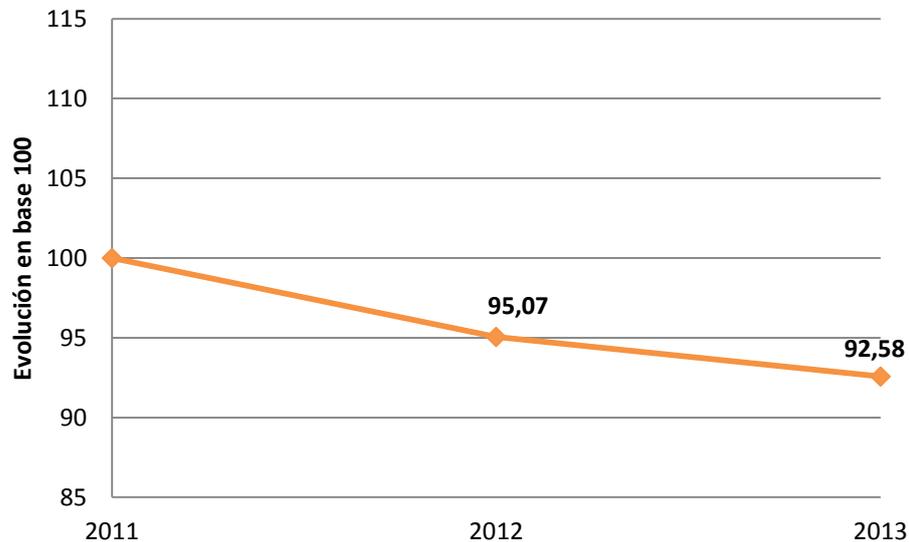
Figura 20. Distribución del número de envíos según productos - Empresas independientes



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de encuestas 2013

En el caso de estas empresas, la facturación también ha sufrido un descenso en los últimos tres años.

Figura 21. Evolución en base 100 del importe neto de la cifra de negocios (2011-2013) - Empresas independientes



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de encuestas 2013

SELECCIÓN DE LA MUESTRA

De las empresas especializadas en el reparto de notificaciones y correspondencia administrativa, se han seleccionado en este apartado, las 3 empresas con facturación postal superior a 1.000.000 euros, alcanzando el 71% de los ingresos y el 73% de los envíos de este tipo de empresas.

Respecto al resto de las empresas independientes no se ha seleccionado ninguna ya que, como se señaló más arriba, se trata de empresas de pequeño tamaño cuya facturación postal no supera los 250.000 euros.

El impacto de la no inclusión de estos operadores se cuantifica en un 0,2% de los ingresos del mercado total y un 3% si solo se tienen en cuenta a los operadores privados. Desde el punto de vista de los envíos, supone una pérdida del 0,2% del total y el 1% de los operadores privados.

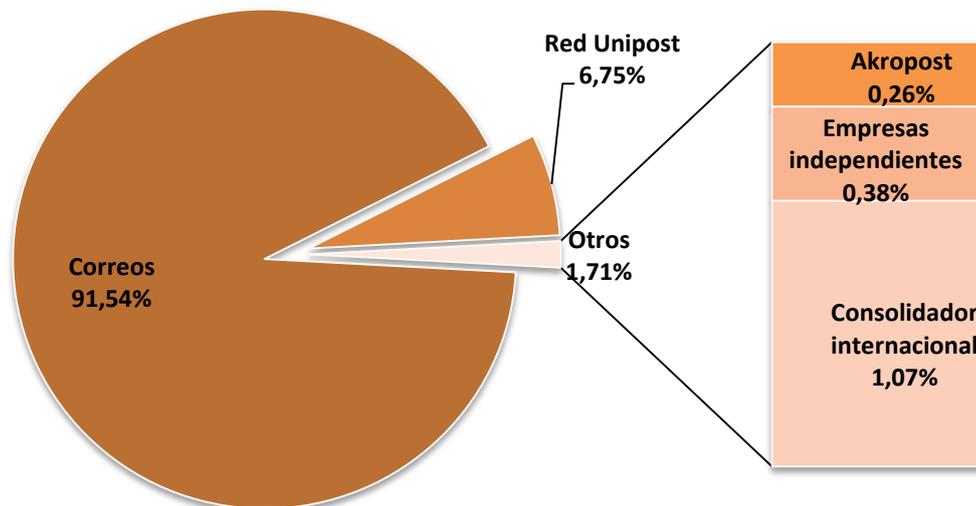
II.3. Cifras clave del Sector Postal Tradicional (SPT)

Los datos de este apartado se han calculado con la información relativa al Sector Postal Tradicional de las empresas seleccionadas de cada una de las tipologías anteriormente citadas. En total se han seleccionado 14 empresas: Sociedad Estatal Correos y Telégrafos S.A., Unipost S.A., Akropost Servicios Postales del País Vasco, S.A., Asendia Spain, S.L.U., International Mail Spain, S.L. más seis empresas que pertenecen a la red Unipost y tres empresas independientes⁸.

II.3.1. Facturación

La facturación total por la prestación de servicios en este sector es de 1.422 millones de euros. Para el cálculo de la cuota de mercado se han considerado los ingresos conjuntos de Unipost S.A. y de las empresas que colaboran con la red Unipost.

Figura 22. Cuota de mercado según ingresos SPT



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de encuestas 2013 y Registro Mercantil

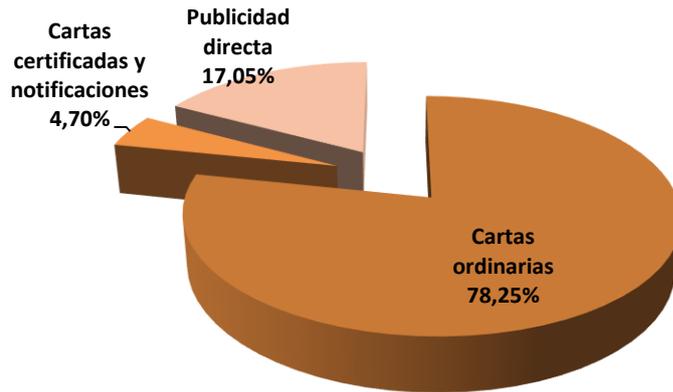
⁸ Excepto en el caso de Correos, las cifras relativas al CEP del resto de los operadores son muy pequeñas (0,07% del número de envíos totales) por lo que no se tienen en cuenta en el apartado siguiente.

II.3.2. Envíos

En total se han gestionado durante el año 2013, 3.833 millones de envíos.

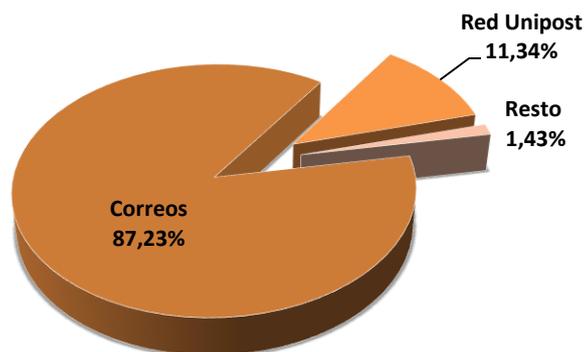
La segmentación por tipo de producto se representa en la figura 23.

Figura 23. Distribución del número de envíos según productos de SPT



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de encuestas 2013

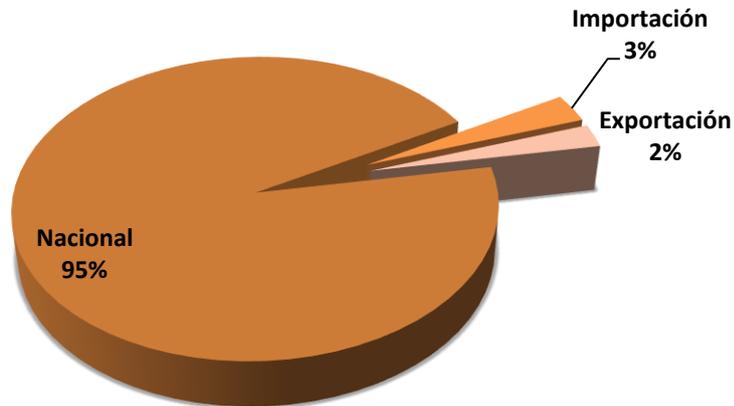
Figura 24. Cuota de mercado según número de envíos de SPT



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de encuestas 2013

Por último, el 95% de los envíos tienen origen y destino en el territorio nacional.

Figura 25. Distribución del número de envíos según origen y destino de los envíos de SPT

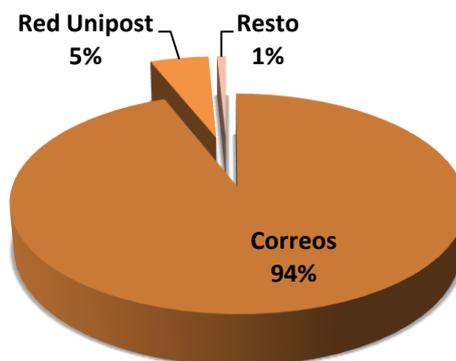


Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de encuestas 2013

II.3.3. Empleo y recursos materiales

El sector da empleo a 56.616 trabajadores⁹. El 65% de la plantilla total son repartidores.

Figura 26. Distribución del empleo por tipología de operadores (número de empleados) -SPT



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de encuestas 2013

⁹ Si se tuviesen en cuenta todas las empresas del sector y no solo la muestra seleccionada, el número de empleados ascendería a 62.586 y el número de repartidores a 38.751, por lo que la muestra propuesta cubre el 90% del total de la plantilla y el 96% de los repartidores.

Respecto a los recursos materiales, Correos, en comparación con el resto de operadores, dispone de un alto número de vehículos, mayoritariamente ligeros (motocicletas y vehículos hasta 3,5 toneladas de carga) así como una amplia red de oficinas y de buzones.

Los operadores privados únicamente disponen de vehículos ligeros lo que estaría motivado por el carácter local de sus servicios. Tienen 92 puntos de atención (que pertenecen fundamentalmente a la red Unipost) y 1.025 buzones (que son en su mayoría de Asendia).

Figura 27. Distribución de los recursos materiales -SPT

	Correos	Resto
Vehículos Ligeros	12.489	283
Vehículos Pesados	78	1
Puntos de atención al público	9.288	92
Número de Buzones	33.609	1.025

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de encuestas 2013

III. SECTOR DE LA MENSAJERÍA Y PAQUETERÍA

Este sector podría considerarse, de alguna manera, el resultado de la evolución progresiva y, en cierto modo, convergente de dos sectores de actividad tradicionales: el sector postal y el sector del transporte por carretera.

Dicha evolución vino en parte originada por la necesidad de los operadores postales y de transporte de adaptarse a una demanda creciente de servicios personalizados y de valor añadido.

La oferta del sector de la mensajería y paquetería la forman principalmente los envíos urgentes, con compromiso de entrega en plazo determinado y los envíos de paquetería¹⁰.

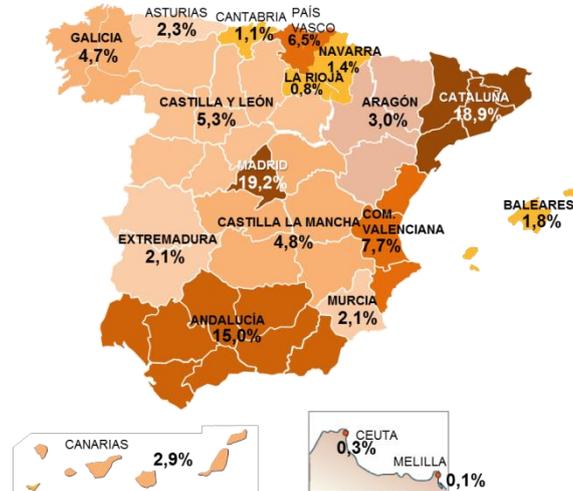
Como se verá en el siguiente apartado, para el análisis aquí recogido se ha optado por excluir a empresas que, aunque de forma residual podrían prestar servicios en el Sector de la Mensajería y Paquetería y están inscritas en la sección A del Registro Postal, su actividad principal es el transporte de mercancías.

III.1. Análisis de las empresas inscritas en la Sección A del Registro Postal

Para la inscripción en la Sección A, las empresas deben presentar, en el Registro Postal, una declaración responsable en los términos establecidos en el artículo 41 de la Ley Postal.

¹⁰ En este estudio, solo se han considerado los envíos de paquetería postal, excluyendo los envíos de paquetería industrial, transporte y logística. La principal diferencia radica en que los objetos postales están direccionados (con el nombre del destinatario y la dirección postal, en el propio envío o en el envoltorio). Además, en líneas generales, los pesos de estos objetos son menores. En este sentido, la UPU establece, con relación a los envíos internacionales, en el artículo RC 114.1 del Reglamento relativo a Encomiendas Postales – Protocolo Final (Berna 2009) que *“El intercambio de encomiendas cuyo peso unitario exceda de 20 kilogramos será facultativo, con un máximo de peso unitario que no exceda de 50 kilogramos”*. Por otra parte, el Informe del ERGP 2014 a la Comisión Europea sobre *“El reparto transfronterizo de paquetes en el comercio electrónico europeo”* señala que *“el peso máximo de un paquete es, generalmente, de 20 a 30 kg en Europa. [...] Este límite refleja el peso máximo que puede ser manejado en la mayoría de las legislaciones por un hombre bajo las regulaciones de seguridad laboral.”*

Figura 28. Distribución geográfica de los operadores postales inscritos en la sección A del Registro Postal (01/01/2013)



Fuente: Elaboración propia con los datos del Registro Postal

Para el análisis del mercado del año 2012, se solicitó, en el año 2013, información a todas las empresas inscritas en el Registro Postal obteniendo, en el caso de las empresas inscritas en la Sección A, un índice de respuesta del 62%.

De acuerdo con la información obtenida de estas empresas en el año 2013, la distribución en función del número de franquicias que figuraban inscritas de cada red era la siguiente:

Figura 29. Clasificación de las empresas inscritas en la Sección A de acuerdo a la red a la que pertenecen (Año 2012)

Red	Número de empresas	Porcentaje
ASM	15	2,28%
DHL	38	5,77%
ENVIALIA	13	1,97%
HALCOURIER	43	6,53%
MAIL BOXES ETC.	66	10,02%
MRW	199	30,20%
NACEX	126	19,12%
SEUR	49	7,44%
TDN	15	2,28%
TIPSA	22	3,34%
TNT EXPRESS	1	0,15%
TOURLINE EXPRESS	10	1,52%
UPS	1	0,15%
No CEP	12	1,82%
Otras mensajerías	10	1,52%
Sin información	39	5,92%
Total general	659	100%

Fuente: Elaboración propia a partir de las encuestas 2012 y datos del Registro Postal

De los datos anteriores se pueden extraer dos conclusiones. Por un lado que, al menos, el 92,56% de las empresas inscritas en la Sección A del Registro Postal pertenecen al segmento de la Mensajería y Paquetería y por otro, al menos, el 90,74% de las empresas inscritas en dicha Sección son empresas que operan como franquiciadas o colaboradoras de redes de mensajería y paquetería.

En consecuencia y teniendo en cuenta la complejidad de la recogida, validación y tabulación de un número tan alto de encuestas, para el análisis del mercado del ejercicio 2013, se optó por solicitar información únicamente a las empresas matrices o centrales de las principales redes de Mensajería y Paquetería, con el fin de recabar los datos de la totalidad de la red.

Se solicitó información a 31 empresas obteniendo un índice de respuesta del 100%. Sin embargo, al analizar las respuestas se excluyeron 6, cuatro de ellas empresas cuya actividad principal es el transporte de mercancías¹¹ y otras dos,

¹¹ Aunque los límites entre el sector postal y el sector del transporte de mercancías parecen claros (el primero transporta envíos direccionados y con límite de peso) no es tan fácil determinar si algunas empresas de logística o transporte se deben o no incluir en el estudio del mercado postal ya que, aunque de forma residual podrían transportar envíos direccionados, su actividad principal es el transporte de mercancías. Para el análisis aquí recogido se ha optado

que, aunque prestan servicios en este segmento, están especializadas en la distribución en el sector sanitario por lo que no se han considerado en el estudio¹².

III.2. Análisis de la información recogida

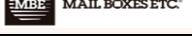
El primer paso que se ha realizado es la clasificación de las redes en cinco grupos atendiendo a su estructura organizativa y ámbito territorial. En la tabla de la figura 30 se organizan las 25 redes seleccionadas en función del grupo al que se les ha asignado.

En los apartados siguientes se analizan las diferentes tipologías explicando sus características principales, la evolución temporal de las cifras de negocios de algunos operadores y, en el caso de las empresas con red de franquicias, las diferencias que se han encontrado entre los datos facilitados por las empresas y los publicados en sus páginas web o en prensa.

por excluir a cuatro empresas inicialmente seleccionadas (Transportes Azkar, TDN, Emdipa y Tranges Siglo XXI) que declaran que su actividad postal es residual.

¹² ViaSpeed y World Courier de España.

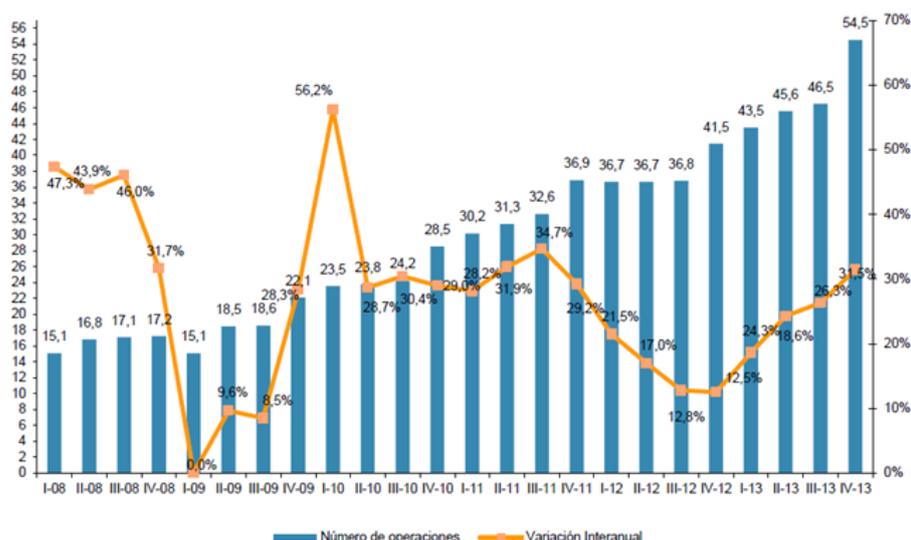
Figura 30. Clasificación de las redes de mensajería y paquetería

Tipo	Marca	Nombre	Descripción
Integradoras		UPS	Participación mayoritaria de United Parcel Service of America, INC (UPS) (USA)
		DHL	100% Deutsche Post DHL (Alemania)
		TNT	100% TNT EXPRESS N.V. (Países Bajos)
		FEDEX	100% Fedex Corporation
Pública		CORREOS EXPRESS	100% Sociedad Estatal Correos y Telégrafos SA
		CORREOS	100% SEPI
Franquiadoras		MRW	85% Lutken SL (España) 15% Gingong SL (España)
		SEUR	62% a Geopost (Grupo La Poste (Francia)) - 38% franquiciados
		TOURLINE	100%CTT Correios de Portugal
		NACEX	100% Logista (España)
		ASM	100% Betlen AG (Suiza)
		TIPSA	100 % español: Alas Courier SL (36,54%), Transportes Bocaya SL (32,28%), Mensajeros Costa Blanca SL (21,17%), Central Mensajeros SCL (9,89%)
		ENVIALIA	Estructura del capital muy atomizada (España)
		HALCOURIER	Participación mayoritaria de Jose María López Vallejo (España)
Independientes		ZELERIS	100% Telefónica SA (España)
		GLS	Filial de Royal Mail (Reino Unido)
		REDYSER	n/d
		SENDING	100% JPL Noray SA (España) (Juan Pablo Lázaro propietario)
		ICS	n/d
		GENERAL COURIER	n/d
		RAPID EXPRESS	n/d
		SPC COURIER	n/d
		FLR	n/d
		OVERSEAS	Filial de OCS (Japón)
		MAY COURIER	n/d
Sin red de reparto ¹³		MAIL BOXES	100% Fiorelli (Italia)

¹³ Mail Boxes ETC tiene en España una red de más de 200 oficinas pero todos los envíos que recoge los entrega a otros operadores por lo que no dispone de red de reparto. Por esta razón no se ha tenido en cuenta en el cálculo de los indicadores del mercado.

Antes de analizar las diferentes tipologías, es necesario señalar el importante cambio que, actualmente, está viviendo el segmento de la mensajería y paquetería motivado fundamentalmente por el comercio electrónico que sigue creciendo exponencialmente. Según los últimos datos publicados por esta Comisión, el comercio electrónico ha crecido un 31,5% en el último año ascendiendo el número de transacciones a 54,5 millones.

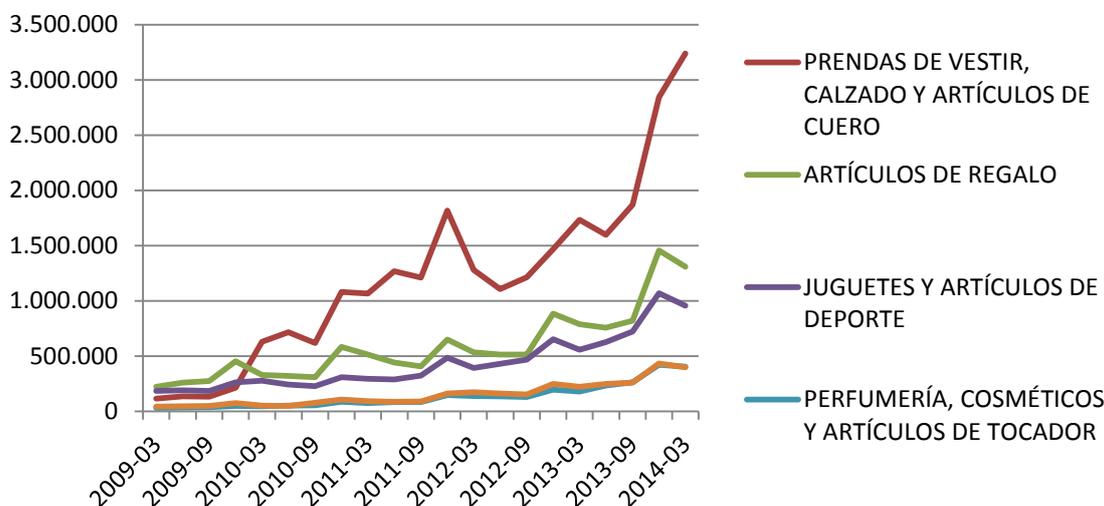
Figura 31. Evolución trimestral del número de transacciones del comercio electrónico y variación interanual (millones de transacciones y porcentaje)



Fuente: CNMC

En el gráfico siguiente se han seleccionado, a modo de ejemplo, determinados tipos de transacciones que llevan implícito el envío de un paquete, pudiéndose observar cómo en España la compra de este tipo de productos por internet va consolidándose.

Figura 32. Evolución trimestral del número de transacciones del comercio electrónico de algunos sectores que implica envíos de paquetería.



Fuente: CNMC

Desde el punto de vista de la oferta, las empresas de este sector están desarrollando, sin excepción, servicios específicos para atender la creciente demanda del comercio electrónico¹⁴, incluyendo en muchos casos plataformas de venta y soluciones para la gestión de devoluciones de productos o logística inversa¹⁵. Asimismo se están implantando soluciones específicas para la entrega, mediante acuerdos con redes de proximidad¹⁶ o desarrollo de buzones para la paquetería¹⁷. También se está iniciando servicios de entrega en domingos¹⁸ e incluso, fuera de España, se está experimentando con el uso de drones para la distribución final.

¹⁴ De acuerdo con los datos facilitados por los operadores, el 13% de los envíos son envíos de comercio electrónico.

¹⁵ Es el caso de Comandía de Correos, Logística ecommerce, promocional y de producto de SEUR; Tips@ e-commerce de TIPSA, e-N@acex de NACEX, Soluciones e-commerce de MRW, ASM e-commerce de ASM, e-comm by envilia, de ENVIALIA, e-casa de Redyser...

¹⁶ Acuerdo de UPS con el grupo KIALA, de Tourline con Worten (venta de electrodomésticos), ASM con la red de supermercados Día, NACEX.Shop que utiliza canales de distribución de su grupo Logista...

¹⁷ Implantación de los buzones HomePaq y CityPaq de Correos, acuerdo de ASM con la polaca InPost, especializada en la distribución por sistema de consignas automáticas (que pondrán en la red de supermercados Día), acuerdo de GLS con la empresa valenciana "My Pick Box" para la implantación de consignas en estaciones de tren...

¹⁸ Servicio SunDay de Seur.

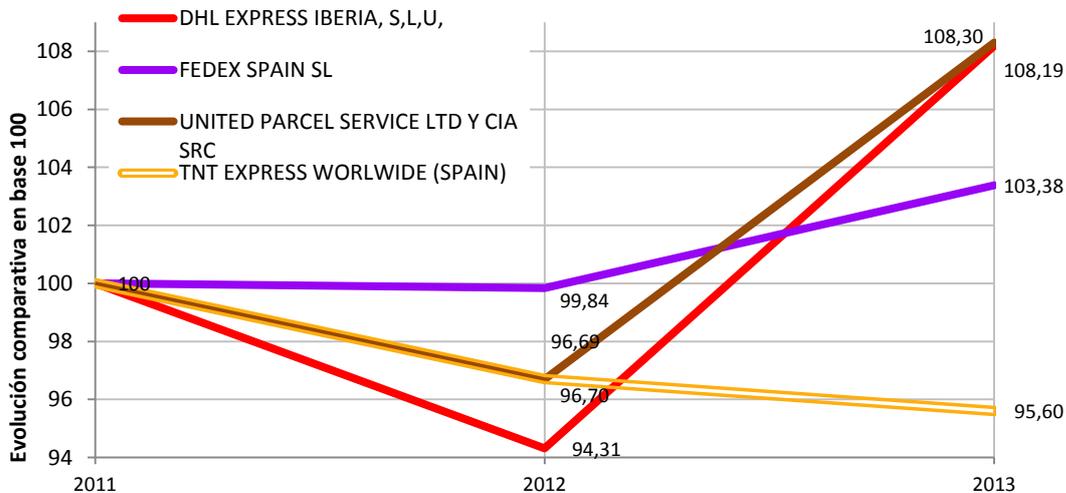
III.2.1. Integradores

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), la principal característica de un integrador es que dispone de pleno control operativo de la logística de los envíos de paquetería, de origen a destino, incluido el transporte aéreo. En el Espacio Económico Europeo hay cuatro integradores: UPS, TNT, DHL y FedEx.

La suma de la facturación de las redes de los cuatro integradores en España supera los 1.100 millones de euros y mueven más de 53 millones de envíos. El 55,5 % de sus envíos son internacionales y suponen el 75,5% de sus ingresos.

Respecto a la evolución de la facturación de sus empresas matrices en España, salvo en el caso de TNT, las empresas han experimentado un repunte de sus ingresos en el 2013, tras el descenso sufrido en el año 2012.

Figura 33. Evolución en base 100 del importe neto de la cifra de negocios (2011-2013) - Integradores



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de encuestas 2013

III.2.2. Operador público

El Grupo Correos está presente en este segmento a través de dos sociedades. Por un lado, la filial Correos Express que ofrece productos con plazos de entrega inferiores a 24 horas (Paq10, Paq14 y Paq24). Por otro lado, la matriz, la Sociedad Estatal Correos y Telégrafos S.A., completa la oferta con productos con compromisos de entrega superiores (Paq48 y Paq72). Todos estos productos incluyen la posibilidad de elegir entre varios servicios opcionales añadidos.

La estrategia comercial del Grupo pretende cubrir todas las necesidades de los clientes en cuanto a plazos de entrega, utilizando los recursos de ambas sociedades. En este sentido, según señala Correos en su Informe anual, “durante 2013 se ha ampliado a 1.026 el número de oficinas de Correos que ofrecen los productos de Correos Express, facilitando a los clientes un mejor acceso a la oferta comercial de la filial”.

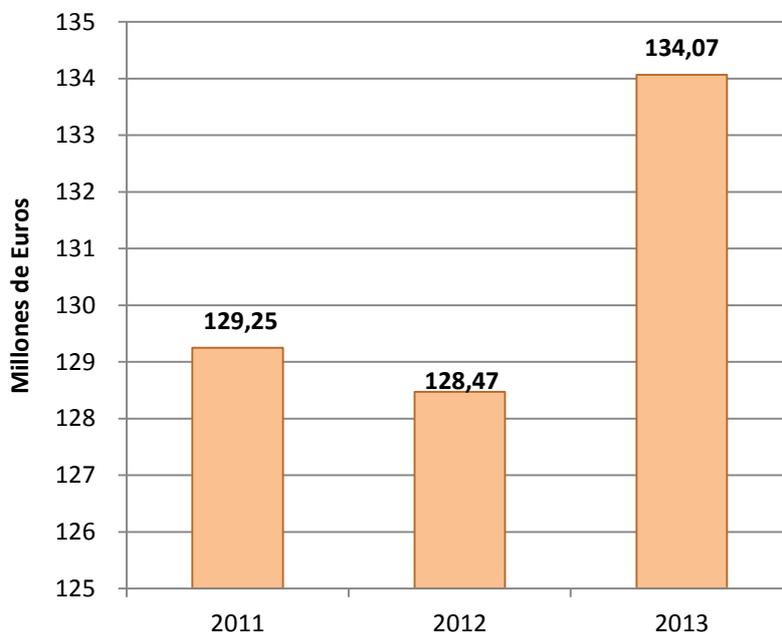
Mientras Correos Express ha gestionado durante el año 2013, 29,4 millones de envíos, la Sociedad Estatal ha gestionado 18,6 millones de envíos.

Su presencia internacional es pequeña. En el caso de Correos sólo un 0,03% de los envíos admitidos tienen destino internacional. En el caso de Correos Express esta cifra es un 0,8%.

En el gráfico siguiente se muestra la evolución del importe neto de la cifra de negocios de Correos Express que, como lo sucedido con otros operadores, ha sufrido una bajada en el 2012 experimentando un ascenso importante en el 2013¹⁹.

¹⁹ La información sobre Correos se ha detallado en el apartado del SPT, no obstante, las cifras del CEP se incluyen en el cálculo de los indicadores de este Sector.

Figura 34. Evolución del importe neto de la cifra de negocios (2011-2013) - Correos Express



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de encuestas 2013

III.2.3. Operadores con red de franquicias

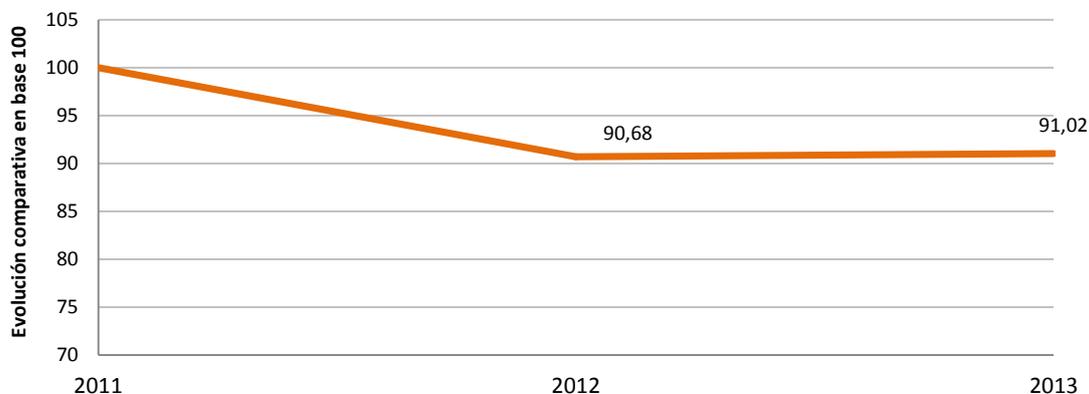
Estos operadores tienen una amplia capilaridad en todo el territorio nacional gracias a una red de empresas de ámbito local que trabajan en régimen de franquicia o en virtud de acuerdos de colaboración. Se analiza por separado a Seur del resto de este tipo de empresas, por no disponer, en el segundo caso, de datos de toda la red.

Red Seur

Una de las empresas más importantes de este tipo de redes es Seur. El grupo SEUR, que nace en el año 1942, constituía un grupo de franquicias propiedad de los propios franquiciados. En 2004 entra en su accionariado la empresa GeoPost España (filial del operador público francés LaPoste) mediante la compra de la franquicia de Madrid. Geopost ha ido adquiriendo progresivamente franquicias contando en la actualidad con el 62% de Seur, S.A.

La facturación en el año 2013 de la totalidad de la red Seur ha sido de 537 millones de euros y gestiona 55 millones de envíos.

Figura 35. Evolución en base 100 del importe neto de la cifra de negocios (2011-2013) - Seur



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de encuestas 2013

Otras empresas franquiciadoras

En este grupo de operadores se encuentran empresas de capital español, como es el caso de MRW, Nacex, Tipsa, Enviaia y Halcourier.

Por otro lado, el operador público portugués CTT está presente en el mercado español con el 100% de la empresa Tourline Express Mensajería SL, matriz de la red franquiciadora de Tourline. Por último, también se incluye la red ASM, que pertenece al grupo suizo Betlen AG.

Teniendo en cuenta los datos facilitados, el número de envíos que gestionan, asciende a 74,6 millones que generan 370 millones de euros. Sus envíos tienen, en su mayoría, origen y destino en España.

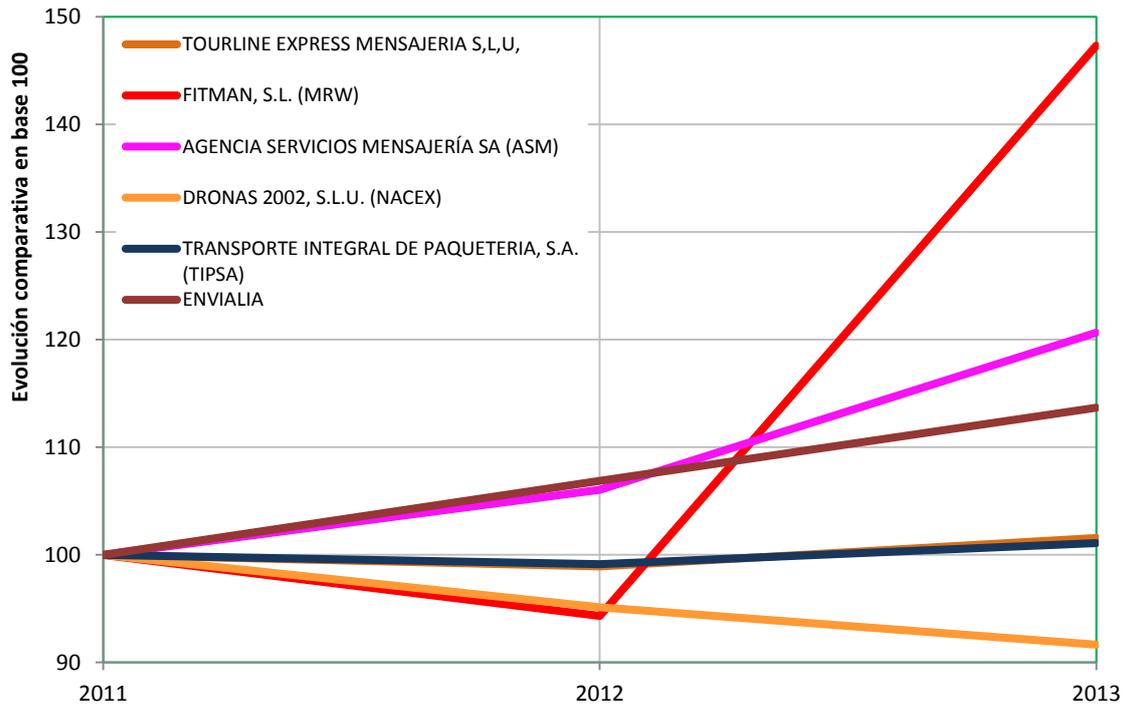
Sin embargo, como se ha señalado anteriormente, las empresas matrices de estas redes no disponen de datos de la totalidad de la red. A modo de ejemplo se cita el caso de MRW que estima en su página web²⁰ una facturación, de toda su red, de 565,4 millones de euros en el ejercicio 2011, pero, por carecer de datos reales, solo se ha considerado la facturación de su central (133 millones de euros). Lo mismo sucede con la red TIPSA que señala en su página web que ha facturado en el último ejercicio (2013) más de 205 millones de euros²¹ frente a los 31 millones de euros que se han considerado (facturación de su empresa matriz).

²⁰ http://www.mrw.es/empresa_mensajeria_urgente/MRW_empresa_paqueteria.asp

²¹ <http://www.tip-sa.com/empresas-de-transporte/cifras>

Teniendo en cuenta, únicamente, las cifras publicadas en las cuentas anuales de las matrices de estas 7 redes²², la evolución ha sido la siguiente:

Figura 36. Evolución en base 100 del importe neto de la cifra de negocios (2011-2013) – Empresas franquiciadoras



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de encuestas 2013

De nuevo se observa cómo, salvo en el caso de Tourline, todas las empresas han sufrido un descenso de ingresos en el año 2012 para remontar durante el ejercicio 2013.

III.2.4. Operadores independientes

En este apartado se incluyen empresas que trabajan de forma independiente sin una red de franquicias.

Se encuentran en este grupo empresas españolas como Zeleris (del Grupo Telefónica), Redyser, Sending o ICS, que mayoritariamente admiten y reparten envíos nacionales.

²² No se ha incluido en este cálculo a Nacional 10 horas (Halcourier) por no disponer de datos del año 2013.

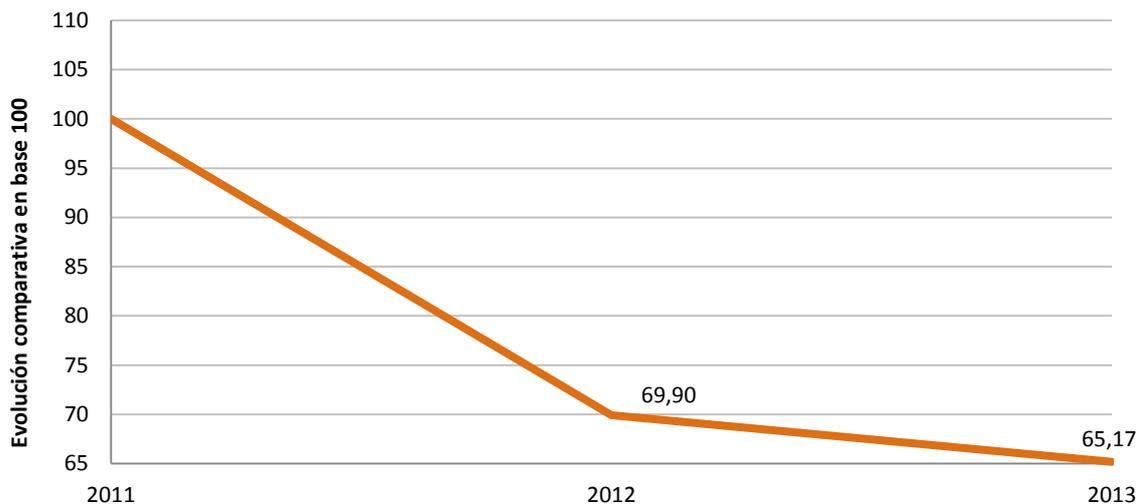
También figura la empresa General Logistics Systems Spain S.L. (GLS) participada en un 99,97% por la empresa holandesa General Logistics Systems, B.V. (participada a su vez en un 49% por el grupo Royal Mail). Sus envíos son, mayoritariamente, internacionales.

El resto de las empresas seleccionadas, seis en total, tienen facturaciones inferiores a 5 millones de euros. Cabe destacar General Courier, especializada en envíos de exportación, y Overseas Courier Service, S.A. que aunque su cuota en España es pequeña (tiene una facturación de 1,5 millones de euros) pertenece a la red internacional OCS.

En total han movido 14,6 millones de envíos y han tenido unos ingresos de 96,6 millones de euros.

Su evolución en los últimos tres años ha sido la siguiente:

Figura 37. Evolución en base 100 del importe neto de la cifra de negocios (2011-2013) – Empresas independientes



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de encuestas 2013

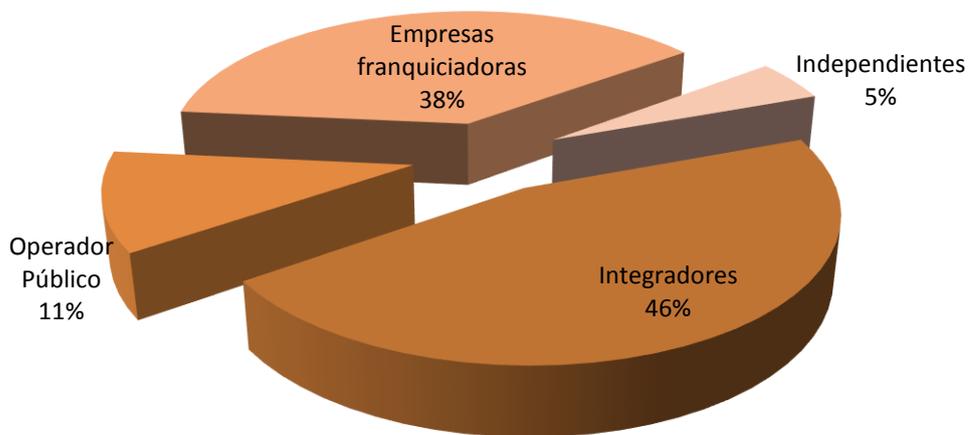
III.3. Cifras clave del Sector de la Mensajería y Paquetería (CEP)

Para el cálculo de los indicadores del mercado de la mensajería y paquetería se ha tenido en cuenta la información recogida de los 25 cuestionarios remitidos a las principales redes de mensajería y paquetería en España y los datos relativos a este sector de la Sociedad Estatal Correos y Telégrafos, S.A. La no disposición de datos, en el caso de la mayoría de las empresas franquiciadoras, de la actividad generada por la red, motiva que los resultados aquí señalados no recojan la totalidad de este mercado.

III.3.1. Facturación

De la información recabada mediante las encuestas, la facturación total ha sido de 2.372 millones de euros, que se distribuye, según la tipología de operadores, de la siguiente manera:

Figura 38. Distribución de la facturación CEP por tipo de operador



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de encuestas 2013

De acuerdo con la figura 39, el operador con mayor facturación sería DHL, seguido de Seur y UPS

Figura 39. Distribución de la facturación CEP

[CONFIDENCIAL]

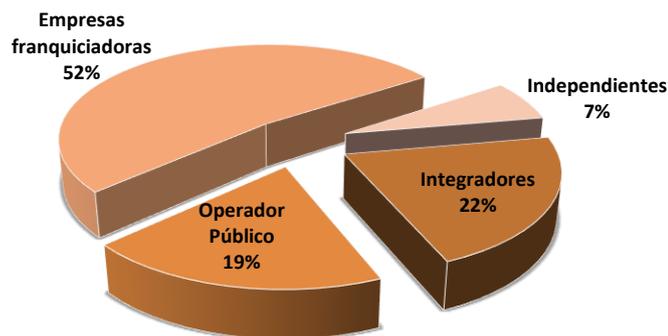
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de encuestas 2013

III.3.2. Envíos

De acuerdo con los datos facilitados en las encuestas, se han gestionado 247 millones de envíos.

La distribución por número de envíos, según tipología de empresas, sería la representada en la figura 40.

Figura 40. Distribución del número de envíos CEP según tipología de operadores

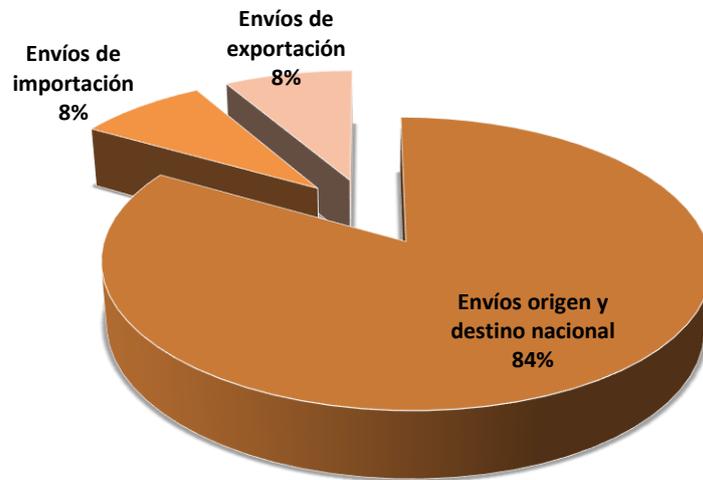


Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de encuestas 2013

Los porcentajes según el número de envíos gestionados varían sustancialmente de los porcentajes según los ingresos. Esto es debido sobre todo al carácter internacional de los envíos de las empresas integradoras lo que hace que los envíos gestionados por estas empresas sean más caros.

Respecto a la segmentación por origen y destino de los envíos, el 84% de los mismos tienen origen y destino nacional.

Figura 41. Distribución del número de envíos según origen y destino -CEP

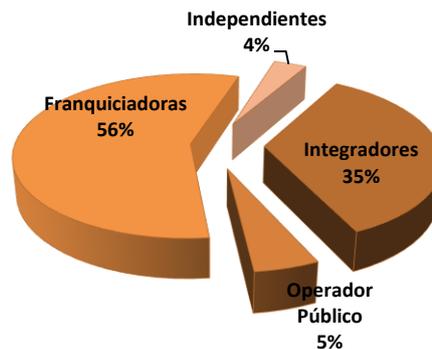


Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de encuestas 2013

III.3.3. Empleo y recursos materiales -CEP²³

De acuerdo con la información remitida por las empresas, el número total de empleados ha sido de 21.304 aunque, al igual que las cifras de apartados anteriores, no recogen la información de la totalidad de las redes de empresas franquiciadoras.

Figura 42. Distribución del personal empleado - CEP

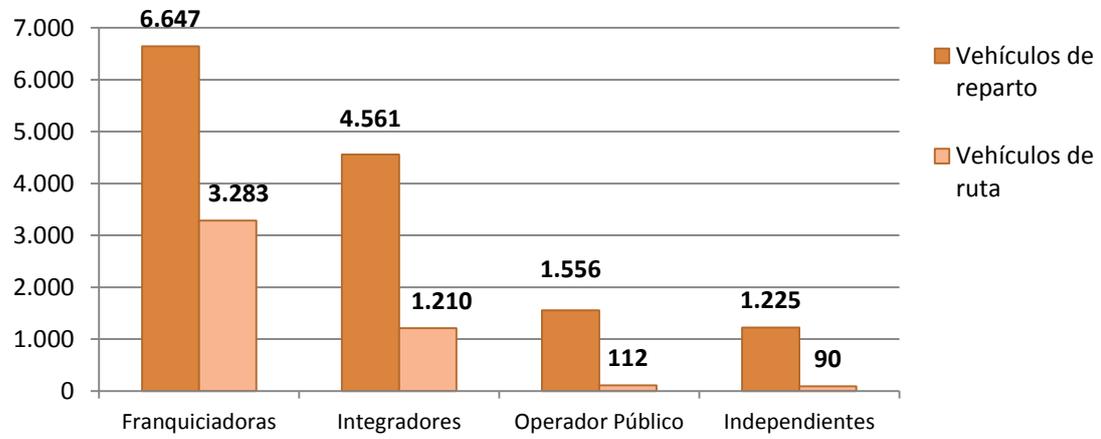


Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de encuestas 2013 (los datos de Operador Público solo recogen los de Correos Express)

Por último, el número de vehículos utilizados ha sido de 18.684, de los cuales 13.989 son vehículos de reparto (motocicletas y vehículos ligeros hasta 3,5 toneladas de carga) y 4.695 son vehículos de ruta (vehículos pesados).

²³ Para el cálculo de estas cifras no se han tenido en cuenta los recursos de Correos que se han recogido en el apartado del SPT.

Figura 43. Número de vehículos utilizados -CEP



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de encuestas 2013 (los datos de Operador Público solo recogen los de Correos Express)

ANEXO I

ESTADÍSTICAS POSTALES DE OTRAS INSTITUCIONES PÚBLICAS

I. INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (INE)

En la “*Encuesta Anual de Servicios*” que el Instituto Nacional de Estadística (INE) realiza anualmente, se recoge un apartado dedicado a la actividad postal. Dicho apartado se refiere a las actividades desarrolladas por las empresas incluidas en el epígrafe 53 (actividades postales y de correos) de la Clasificación Nacional de Actividades Económicas de 2009 (CNAE-2009).²⁴

Según la Encuesta Anual de Servicios del año 2012 (última publicada) el número de empresas que figura en la división 53 es de 6.220. Este dato contrasta con el número de empresas inscritas en el Registro Postal, que a fecha 31 de diciembre de 2012 era de 1.429.

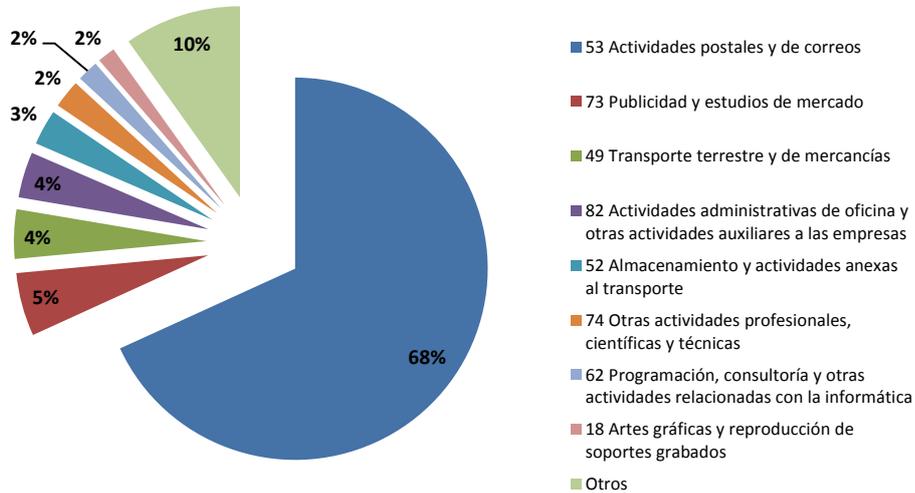
En este sentido se deben hacer las siguientes consideraciones:

- De acuerdo con la Encuesta Anual de Servicios del año 2012, el 79% de las empresas declaran que no disponen de autorización para prestar servicios postales aunque sólo representan el 16% del volumen de negocio.
- Por el otro lado, no todas las empresas inscritas en la Sección B del Registro Postal (Sector Postal Tradicional) figuran en la división 53 de la CNAE-2009.

En este sentido, se expone a continuación la distribución de las empresas del Sector Postal Tradicional según el sector CNAE-2009 en el que se haya inscrito. Un 68% está inscrito en el código de actividades postales y de correos, siendo el siguiente código más utilizado el correspondiente a publicidad y estudios de mercado.

²⁴ En la CNAE-2009, que se corresponde con la NACE Rev.2, las actividades postales y de mensajería se integran en la Sección H, relativa a Transporte y Almacenamiento. Se aleja así de sector de telecomunicaciones, con el que mantenía proximidad estadística en las anteriores clasificaciones de actividades.

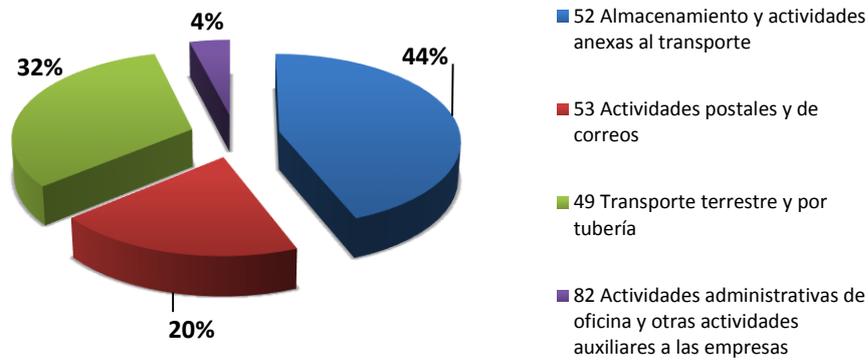
Figura 44. Distribución de los operadores del SPT por código CNAE-2009



Fuente: Elaboración propia a partir de las encuestas 2013

- Respecto a las empresas de mensajería y paquetería, el 20% de las empresas analizadas declaran figurar en la división 53 de la CNAE. El resto son empresas de almacenamiento y actividades anexas al transporte (un 44%), de transporte terrestre (un 32%) y de actividades auxiliares a las empresas (el 4% restante). Por tanto, la mayoría de ellas (el 76%) realiza actividades relacionadas con el transporte²⁵. En este sentido, una de las causas de la diferencia observada entre los datos del INE y los del análisis aquí efectuado podría buscarse en la difícil delimitación del mercado postal propiamente dicho y en la dificultad, por parte de las propias empresas, para definir cuál es su actividad principal, pudiéndose asignar a códigos CNAE diferentes. En este sentido, los representantes de las asociaciones de mensajería y paquetería, con los que se han mantenido contacto, han trasladado su interés en realizar una propuesta de creación de un código específico CNAE que identifique de forma inequívoca la actividad de este segmento (mensajería y paquetería).

Figura 45. Distribución de los operadores de mensajería y paquetería por código CNAE-2009

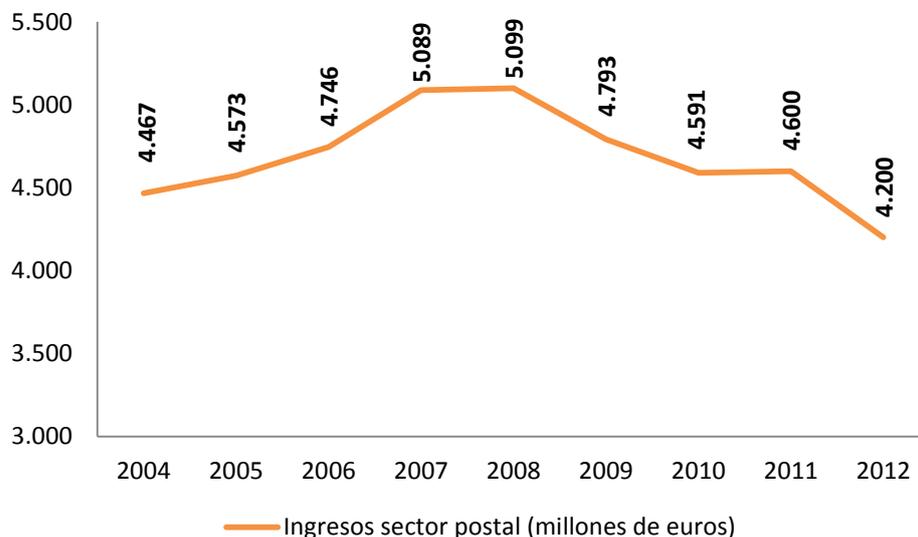


Fuente: Elaboración propia a partir de las encuestas 2013

A continuación se exponen los principales resultados referentes a la “Actividad Postal” publicados por el INE (división 53 de la CNAE-2009). Se han tenido en cuenta los datos relativos a la Contabilidad Nacional de España (extraídos a 28 de octubre de 2014) y los datos de la Encuesta Anual de Servicios (últimos datos publicados en junio de 2014, correspondientes al año 2012).

El volumen de negocio de la totalidad de las empresas con CNAE 53 ha sido de 4.199 millones de euros. En la figura siguiente se refleja la evolución de esta cifra desde el año 2004.

Figura 46. Volumen de negocio empresas de la división 53 del código CNAE-2009



Fuente: INE (Encuesta anual de servicios)

La aportación de la actividad postal al producto interior bruto nacional en el año 2012 fue del 0,21%, siguiendo la tendencia negativa de los últimos cuatro años. Ha supuesto una bajada del 0,01%, respecto a 2011, pasando de los 2.348 millones de euros que aportaba al PIB en 2011 a los 2.111 millones de euros que pasó a aportar este sector al PIB español en 2012.

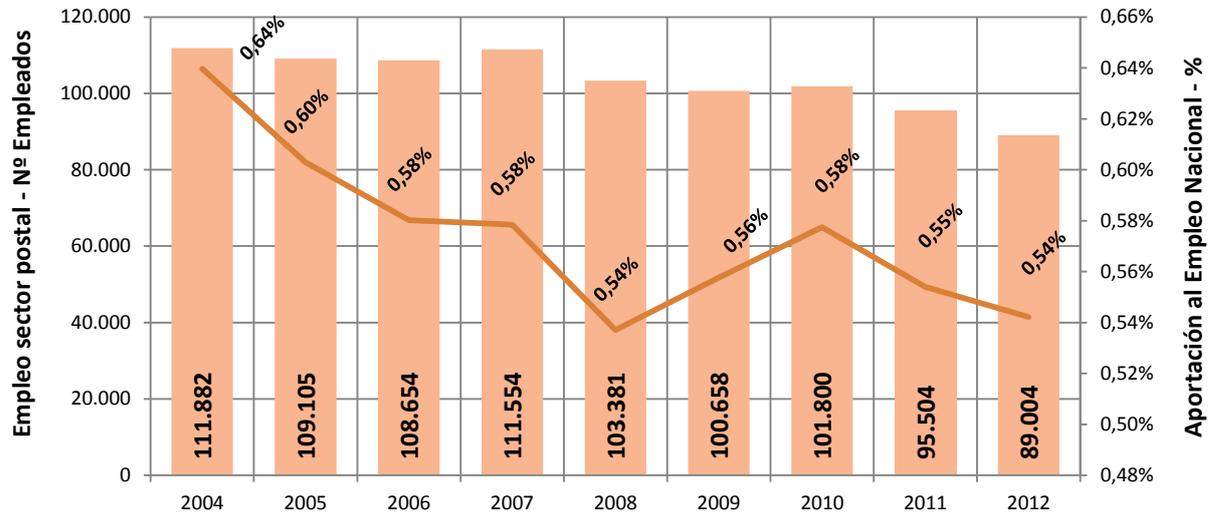
Figura 47. Aportación del sector postal al PIB en España (2004-2012)



Fuente: INE (Encuesta anual de servicios)

La aportación del sector postal al empleo en España, también ha disminuido un 0,01% pasando de los 95.504 empleos registrados en 2011 a los 89.004 empleos en 2012.

Figura 48. Aportación del sector postal al empleo en España (2004-2012)



Fuente: INE (Encuesta anual de servicios)

II. INSTITUCIONES EUROPEAS

El organismo encargado de recoger los datos estadísticos de los servicios postales de los países miembros de la UE era, hasta el año 2012, Eurostat (Statistical Office of the European Communities), aunque sólo publicaba los datos referentes a los proveedores del Servicio Postal Universal (SPU). Los últimos datos publicados por esta institución son los correspondientes a 2011.

En julio de 2013, Eurostat informó que se había llevado a cabo a principios del año 2012 un estudio de revisión de la calidad de sus estadísticas postales identificando una serie de debilidades en los procesos. Por un lado señalaba que con arreglo a sus propias reglas de confidencialidad (Artículo 20 del Reglamento nº 223/2009 de Estadísticas Europeas) no era posible la publicación de los datos de los proveedores del SPU, en la medida en que en la mayoría de los países únicamente hay un proveedor. Por otro lado, era necesaria una mayor armonización en la recogida de datos de otros operadores postales. Se habían llevado a cabo diferentes acciones preparatorias para la mejora de estas estadísticas, concluyendo que siendo responsable de la Directiva de Servicios Postales, la Dirección General de Mercado Interior y Servicios de la Comisión Europea, ésta estaría en mejor posición para tomar las acciones legales y regulatorias necesarias para asegurar dicha armonización. La Comisión ha iniciado este año la medición de las estadísticas postales, solicitando a todos los reguladores europeos los datos referentes a los ejercicios 2012 y 2013. Estos datos no han sido todavía publicados.²⁶

En las siguientes figuras se representan los principales indicadores del mercado postal en la UE correspondientes a 2011 (últimos datos publicados por Eurostat).

²⁶ De forma paralela, el ERGP, grupo de reguladores postales europeos que asesora a la Comisión Europea, ha venido identificando los indicadores relevantes para seguir la evolución del mercado, recogiendo determinados datos estadísticos durante los ejercicios 2011 y 2012. Sin embargo, con el fin de evitar duplicar esfuerzos con la recogida de datos estadísticos que realiza la Comisión, estos estudios no tendrán continuidad en su vertiente estadística. Los informes del ERGP de los citados ejercicios están publicados en su página web:

http://ec.europa.eu/internal_market/ergp/docs/documentation/ergp-11-20_en.pdf

http://ec.europa.eu/internal_market/ergp/docs/documentation/2012/121130_ergp-12-32-indicators-postal-market-report_en.pdf

http://ec.europa.eu/internal_market/ergp/docs/documentation/2014/ergp-13-33-rev.1-ergp-report-on-market-indicators_en.pdf

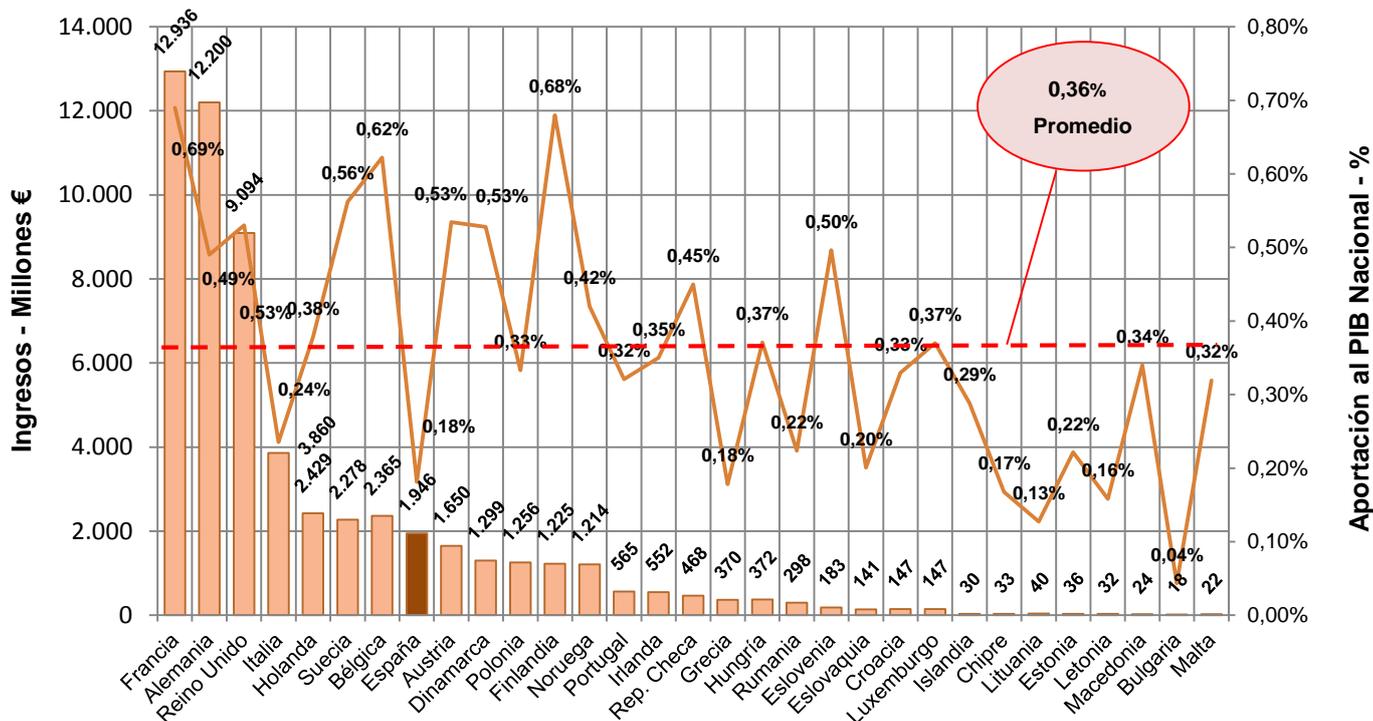
Contribución de los ingresos postales al PIB

La aportación del sector de los servicios postales a la economía de los diferentes países de la UE, representada en este apartado por la aportación al PIB de los ingresos del operador postal de referencia de cada país, ha continuado con su tendencia decreciente de los últimos años.

Concretamente en el año 2011, la aportación al PIB del sector postal tiene un valor medio del 0,36%, lo que supone que ha decrecido respecto al año 2010 un promedio del 0,03%.

En el caso de España, el operador público contribuye en un 0,18% al PIB nacional.

Figura 49. Contribución de los ingresos postales al PIB - UE

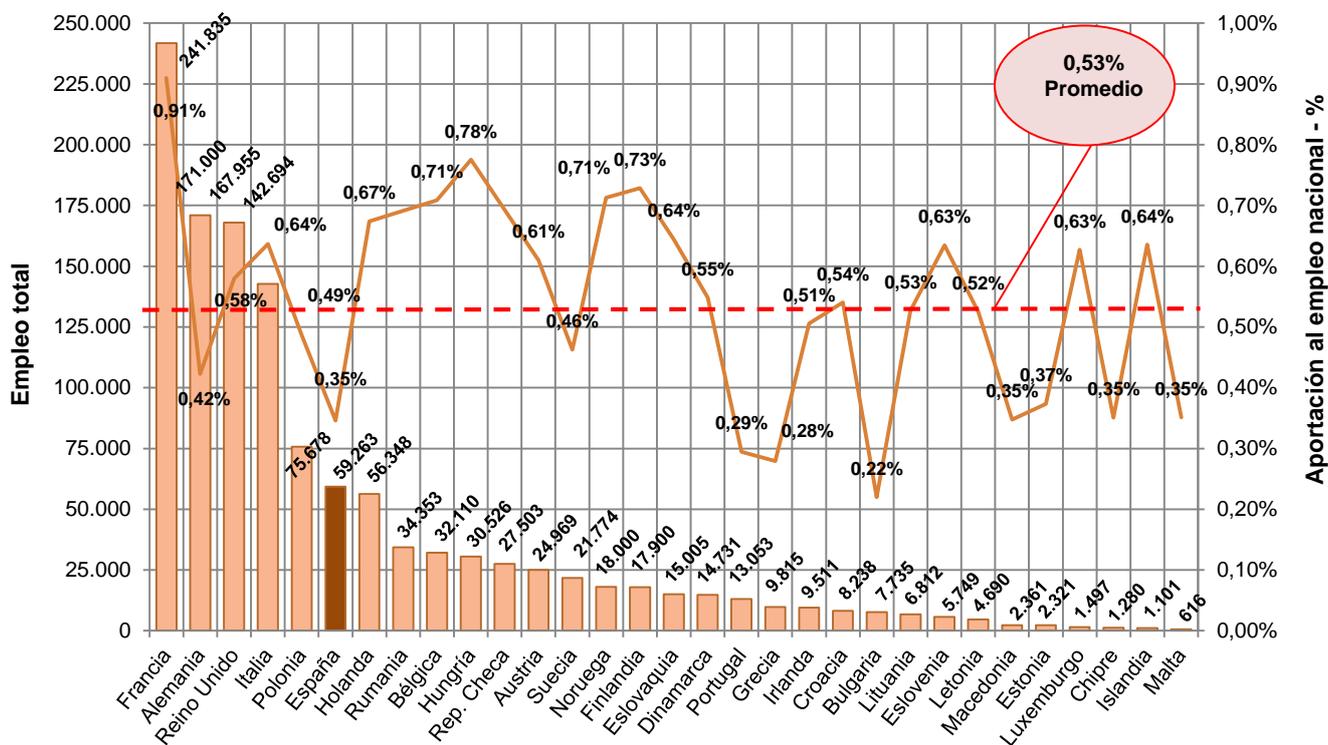


Fuente: Eurostat(Postal Services, Universal Service Providers). Datos de Rep. Checa 2005; Luxemburgo 2008; Francia, Finlandia y Noruega 2007; Reino Unido, Macedonia e Irlanda 2010.

Aportación del sector postal al empleo

El sector postal es un sector intensivo en mano de obra. La aportación del empleo generado por el operador postal de referencia de cada país al empleo nacional, se mantiene en relación al año 2010, en un promedio de 0,53%, siendo en el caso de España de un 0,35%.

Figura 50. Aportación del sector postal al empleo - UE

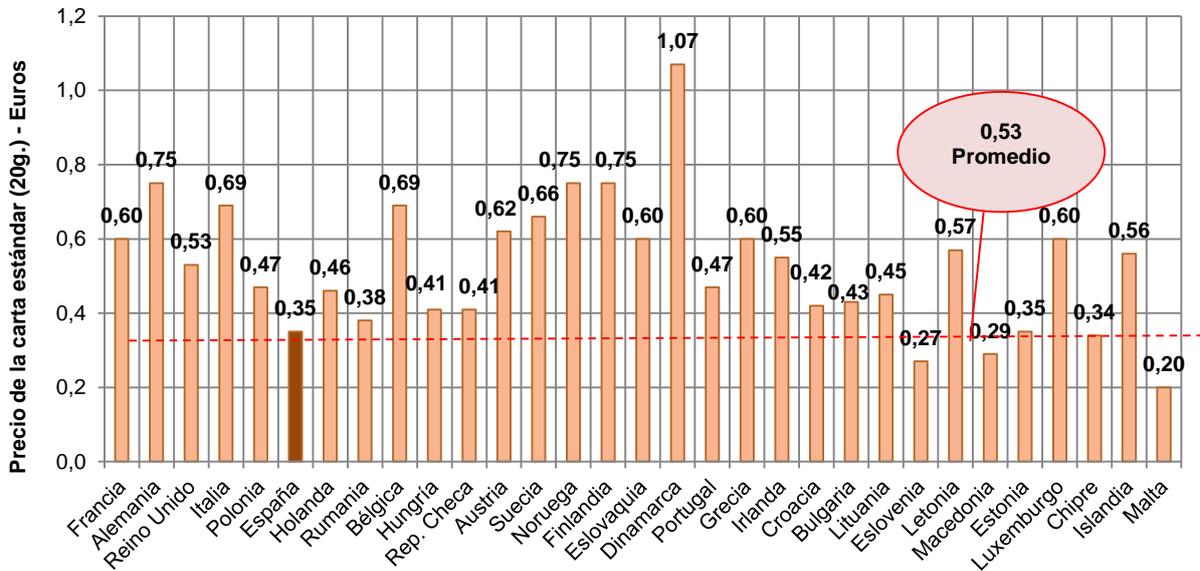


Fuente: Eurostat (Postal Services, Universal Service Providers) Datos de Noruega 2007; Francia 2009; Reino Unido, Austria y Bulgaria, 2010.

Precio de la carta estándar (20 gr.)

La tarifa media de la carta estándar en 2011 fue de 0,53 euros, superior a la de 2010 que era de 0,50 euros, aunque no existe uniformidad en los precios vigentes para la carta estándar en los países de la Unión Europea.

Figura 51. Precio de la carta estándar (20 gr.) -UE



Fuente: Eurostat (Postal Services, Universal Service Providers) Datos de Bélgica, 2010; Se elimina Noruega por tener datos únicamente del año 2007 que, en este caso, pueden distorsionar el análisis.

ANEXO II

CUESTIONARIOS REMITIDOS A LOS OPERADORES DEL SECTOR POSTAL TRADICIONAL Y DE LA MENSAJERIA Y PAQUETERÍA

1.- Datos del operador

Ejercicio 2013

1.1.- Datos del operador

1.1.1. Datos generales.		SECCIÓN		
NIF/CIF: _____	Número inscripción: _____	A:	B:	A y B:
Nombre o razón social: _____				
Nombre comercial: _____				
Dirección de la empresa: _____		Localidad: _____		
Teléfono: _____	Fax: _____	Web: _____		
E-mail de la empresa: _____				
1.1.2. Persona de Contacto.				
Nombre: _____		Teléfono directo: _____		
Dirección de correo electrónico: _____				

2.- Resultados del ejercicio

2.1.- Resultados del ejercicio (en euros)

En caso de empresa, cumplimentar **SOLO** el apartado 2.1.1.a . En caso de ser trabajador autónomo, cumplimentar **SOLO** el 2.1.1.b

2.1.1.a Datos cuentas anuales (en euros)

	2011	2012	2013
Importe neto de la cifra de negocios: € € €
Variación de existencias de productos terminados y en curso de fabricación: € € €
Trabajos realizados por la empresa para su activo: € € €
Aprovisionamientos: € € €
Otros ingresos de explotación: € € €
Gastos de personal: € € €
Otros gastos de explotación: € € €
Amortización del inmovilizado: € € €
Imputación de subvenciones de inmovilizado no financiero y otras: € € €
Excesos de provisiones: € € €
Deterioro y resultado por enajenaciones del inmovilizado: € € €
RESULTADO DE EXPLOTACION: € € €
RESULTADO FINANCIERO: € € €
RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS: € € €

2.1.1.b Datos IRPF (en euros)
En caso de ser trabajador autónomo, deberá reflejar los datos que figuran en el apartado de "Rendimientos de actividades económicas" del IRPF (Mod.100)

	2011	2012	2013
Ingresos de explotación (casilla 090): € € €
Gastos de personal (casillas 096+097+098): € € €
Rendimiento neto (casilla 116): € € €

3.- Descripción de la empresa

3.1.- Actividad de la empresa

3.1.1. Código CNAE-2009		
	Código CNAE	Describir
Actividad principal:
Actividad secundaria:

3.2.- Tipo de operador postal

3.2.1. Pertenencia o colaboración con alguna red			
	SI/No	Número de franquicias	
Franquiciador:	
	SI/No	Nombre del franquiciador	CIF del franquiciador
Franquiciado:
	SI/No	Nombre de la red o redes con las que colabora	
Acuerdo de colaboración:	
	SI/NO		
Agente comercial de CORREOS:		
	SI/NO		
Operador independiente sin ningún acuerdo de colaboración:		

3.3.- Nº de empleados

3.3.1. Empleados	
<i>Indicar el número total de empleados que tiene la empresa, especificando cuántos de ellos se dedican al reparto. (Media anual)</i>	
	Número de empleados
	2013
Plantilla (total de empleados):
Del total de empleados ¿cuántos son repartidores?:

3.4.- Medios de transporte

3.4.1. Medios de transporte	
<i>Indicar el número de vehículos que utiliza la empresa .</i>	
	Número de vehículos
	2013
Bicicletas y triciclos:
Motocicletas:
Vehículos ligeros (hasta 3,5 Toneladas):
Vehículos pesados:

3.5.- Puntos de acceso

3.5.1. Puntos de acceso		
<i>Indicar el número de locales que tiene la empresa con atención al público y el número de buzones para la recogida de correspondencia.</i>		
	Número de locales	Número de buzones
	2013	2013
Locales con atención al público:	Buzones:

4.- Actividad postal

4.1.- Resumen de la actividad postal

4.1.1. Envíos admitidos

Desglosar los envíos que "entran" en su empresa, bien directamente de sus propios clientes o a través de otros operadores nacionales o internacionales (importación).

	Ingresos € (sin IVA)	Nº de envíos anuales	Indicar nombre de los operadores o redes de los que recibe envíos:
	2013	2013	2013
Envíos admitidos a clientes propios*: €
Envíos admitidos a otros operadores postales nacionales: €
Envíos internacionales de entrada (importación): €

* Esta cifra se desglosará en el apartado 4.2.1.

4.1.2. Envíos entregados

Desglosar los envíos entregados, bien al destinatario final por sus propios medios o bien a otros operadores nacionales o internacionales (exportación) para su distribución final.

	Gastos € (sin IVA)	Nº de envíos anuales	Indicar las provincias donde reparte:
	2013	2013	2013
Envíos entregados a destinatario final: €
			Indicar nombre de los operadores o redes a los que entrega envíos:
Envíos entregados a otros operadores nacionales para su distribución final: €
Envíos internacionales de salida (exportación): €

4.2.- Envíos de clientes propios (en euros)

4.2.1. Análisis por productos - Envíos admitidos a clientes propios

Dentro de los servicios postales, desglosar los ingresos según tipo de producto e indicar el número de envíos por producto.

	Ingresos € (sin IVA)	Nº de envíos anuales
	2013	2013
Cartas y tarjetas ordinarias: €
Cartas certificadas y de valor declarado: €
Notificaciones: €
Publicidad directa y otras publicaciones: €
Envíos urgentes de menos de 20 kg (documentos y/o paquetes): €
Paquetería no urgente de menos de 20 kg (entrega en 3 días o superior): €
Paquetería de más de 20 kg: €

5. Actividad no postal

5.1.- Resumen de la actividad no postal

5.1.1. Actividades no postales

Indicar los ingresos obtenidos por actividades no postales especificando el tipo de actividad. Desglosar los ingresos correspondientes a envíos sin dirección (buzoneo).

	Ingresos € (sin IVA)	Descripción
	2013	2013
Ingresos totales por actividades no postales: €
Del total de ingresos indique la cantidad que corresponde a envíos sin dirección (buzoneo): €

1.- Datos del operador

Ejercicio 2013

1.1.- Datos del operador

1.1.1. Datos generales		SECCIÓN
NIF/CIF: _____	Número inscripción: _____	B: A y B:
Nombre o razón social: _____		
Nombre comercial 1: _____	Nombre comercial 2: _____	
Nombre comercial 3: _____	Nombre comercial 4: _____	
Dirección de la empresa: _____		Localidad: _____
Teléfono: _____	Fax: _____	Web: _____
E-mail de la empresa: _____		
1.1.2. Persona de Contacto		
Nombre: _____		Teléfono directo: _____
Dirección de correo electrónico: _____		

2.- Resultados del ejercicio

2.1.- Resultados del ejercicio (en euros)

2.1.1. Datos cuentas anuales (en euros)			
	2011	2012	2013
Importe neto de la cifra de negocios: € € €
Variación de existencias de productos terminados y en curso de fabricación: € € €
Trabajos realizados por la empresa para su activo: € € €
Aprovisionamientos: € € €
Otros ingresos de explotación: € € €
Gastos de personal: € € €
Otros gastos de explotación: € € €
Amortización del inmovilizado: € € €
Imputación de subvenciones de inmovilizado no financiero y otras: € € €
Excesos de provisiones: € € €
Deterioro y resultado por enajenaciones del inmovilizado: € € €
RESULTADO DE EXPLOTACION: € € €
RESULTADO FINANCIERO: € € €
RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS: € € €

3.- Descripción de la empresa

3.1.- Actividad de la empresa

3.1.1. Código CNAE-2009		
	Código CNAE	Describir
Actividad principal:	Seleccionar
Actividad secundaria:	Seleccionar

4.- Relaciones con otros operadores en el mercado

4.1.- Relaciones con otros operadores en el mercado

4.1.1. Pertenencia o colaboración con alguna red			
	Si/No	Número de franquicias	
Franquiciador:	
	Si/No	Nombre del franquiciador	CIF del franquiciador
Franquiciado:
	Si/No	Nombre de la red o redes con las que colabora	
Acuerdo de colaboración:	
	Si/No		
Operador independiente sin ningún acuerdo de colaboración:		

5.- Actividad postal

5.1.- Resumen de la actividad postal

5.1.1. Envíos admitidos			
<i>Desglosar los envíos que "entran" en su empresa, bien directamente de sus propios clientes o a través de otros operadores nacionales o internacionales (importación).</i>			
	Ingresos € (sin IVA)	Nº de envíos anuales	Indicar nombre de los operadores o redes de los que recibe envíos:
	2013	2013	2013
Envíos admitidos a clientes propios: €
Envíos admitidos a otros operadores postales nacionales: €
Envíos internacionales de entrada (importación): €

5.1.2. Envíos entregados			
<i>Desglosar los envíos entregados, bien al destinatario final por sus propios medios o bien a otros operadores nacionales o internacionales (exportación) para su distribución final.</i>			
	Gastos € (sin IVA)	Nº de envíos anuales	Indicar las provincias donde reparte:
	2013	2013
Envíos entregados a destinatario final: €
			Indicar nombre de los operadores o redes a los que entrega envíos:
Envíos entregados a otros operadores nacionales para su distribución final: €
Envíos internacionales de salida (exportación): €

5.2.- Envíos de clientes propios

5.2.1. Análisis por productos - Envíos admitidos a clientes propios

Desglosar los ingresos según tipo de producto e indicar el número de envíos por producto.

	Ingresos € (sin IVA)	Nº de envíos anuales
	2013	2013
Cartas y tarjetas ordinarias: €
Cartas certificadas y de valor declarado: €
Notificaciones: €
Publicidad directa y otras publicaciones: €
Envíos urgentes de menos de 20 kg (documentos y/o paquetes): €
Paquetería no urgente de menos de 20 kg (entrega en 3 días o superior): €
Paquetería de más de 20 kg: €

5.2.2. Análisis por destinos - Envíos admitidos a clientes propios

Desglosar los ingresos según el destino de los envíos e indicar el número de envíos de cada destino.

	Ingresos € (sin IVA)	Nº de envíos anuales
	2013	2013
Local: €
Interurbano: €
Internacional: €

5.2.3. Análisis por tipo de clientes - Envíos admitidos a clientes propios

Desglosar los ingresos por tipo de cliente que demanda los servicios según el importe facturado e indicar el número de envíos realizado para tipo de cliente.

	Ingresos € (sin IVA)	Nº de envíos anuales	Indique los sectores a los que pertenecen
	2013	2013	
Particulares: €	
Cientes con contrato con facturación < 100.000 euros €	
Cientes con contrato con facturación > 100.000 euros €	

5.3.- Envíos admitidos a otros operadores nacionales

5.3.1. Análisis por productos - Envíos recibidos de otros operadores nacionales

Desglosar los envíos según tipo de producto.

	Nº de envíos anuales	Indicar el nombre de los operadores de los que recibe envíos:
	2013	
Cartas y tarjetas ordinarias:
Cartas certificadas y de valor declarado:
Notificaciones:
Publicidad directa y otras publicaciones:
Envíos urgentes de menos de 20 Kg. (Documentos y/o paquetes)
Paquetería no urgente de menos de 20 Kg. (Entrega en 3 días o superior):
Paquetería de más de 20 Kg.

5.4.- Envíos admitidos a otros operadores internacionales

5.4.1. Análisis por productos (importación) - Envíos recibidos de operadores internacionales con relación societaria (pertenecen al mismo grupo)

Desglosar los envíos según tipo de producto.

	N° de envíos anuales	
	2013	Indicar el nombre de los operadores de los que recibe envíos:
Cartas y tarjetas ordinarias:
Cartas certificadas y de valor declarado:
Notificaciones:
Publicidad directa y otras publicaciones:
Envíos urgentes de menos de 20 Kg. (Documentos y/o paquetes)
Paquetería no urgente de menos de 20 Kg. (Entrega en 3 días o superior):
Paquetería de más de 20 Kg.

5.4.2. Análisis por productos (importación) - Envíos recibidos de otros operadores internacionales

Desglosar los envíos según tipo de producto.

	N° de envíos anuales	
	2013	Indicar el nombre de los operadores de los que recibe envíos:
Cartas y tarjetas ordinarias:
Cartas certificadas y de valor declarado:
Notificaciones:
Publicidad directa y otras publicaciones:
Envíos urgentes de menos de 20 Kg. (Documentos y/o paquetes)
Paquetería no urgente de menos de 20 Kg. (Entrega en 3 días o superior):
Paquetería de más de 20 Kg.

5.5.- Envíos entregados a destinatario final

5.5.1. Análisis por productos - Envíos entregados a destinatario final

Envíos entregados a destinatario final (distribución por medios propios): Desglosar los envíos según tipo de producto.

	N° de envíos anuales	
	2013	
Cartas y tarjetas ordinarias:
Cartas certificadas y de valor declarado:
Notificaciones:
Publicidad directa y otras publicaciones:
Envíos urgentes de menos de 20 Kg. (Documentos y/o paquetes)
Paquetería no urgente de menos de 20 Kg. (Entrega en 3 días o superior):
Paquetería de más de 20 Kg.

5.6.- Envíos entregados a otros operadores nacionales

5.6.1. Análisis por productos - Envíos entregados a otros operadores nacionales para su distribución final

Desglosar los envíos según tipo de producto.

	N° de envíos anuales	
	2013	Indicar el nombre de los operadores a los que entrega envíos:
Cartas y tarjetas ordinarias:
Cartas certificadas y de valor declarado:
Notificaciones:
Publicidad directa y otras publicaciones:
Envíos urgentes de menos de 20 Kg. (Documentos y/o paquetes)
Paquetería no urgente de menos de 20 Kg. (Entrega en 3 días o superior):
Paquetería de más de 20 Kg.

5.7.- Envíos entregados a otros operadores internacionales

5.7.1. Análisis por productos (exportación) - Envíos entregados a operadores internacionales con relación societaria (pertenecen al mismo grupo)

Desglosar los envíos según tipo de producto.

	N° de envíos anuales	
	2013	Indicar el nombre de los operadores a los que entrega envíos:
Cartas y tarjetas ordinarias:
Cartas certificadas y de valor declarado:
Notificaciones:
Publicidad directa y otras publicaciones:
Envíos urgentes de menos de 20 Kg. (Documentos y/o paquetes)
Paquetería no urgente de menos de 20 Kg. (Entrega en 3 días o superior):
Paquetería de más de 20 Kg.

5.7.2. Análisis por productos (exportación) - Envíos entregados a otros operadores internacionales

Desglosar los envíos según tipo de producto.

	N° de envíos anuales	
	2013	Indicar el nombre de los operadores a los que entrega envíos:
Cartas y tarjetas ordinarias:
Cartas certificadas y de valor declarado:
Notificaciones:
Publicidad directa y otras publicaciones:
Envíos urgentes de menos de 20 Kg. (Documentos y/o paquetes)
Paquetería no urgente de menos de 20 Kg. (Entrega en 3 días o superior):
Paquetería de más de 20 Kg.

6. Actividad no postal

6.1.- Resumen de la actividad no postal

6.1.1. Actividades no postales

Indicar los ingresos obtenidos por actividades no postales especificando el tipo de actividad. Desglosar los ingresos correspondientes a envíos sin dirección (buzoneo).

	Ingresos € (sin IVA)	
	2013	Descripción
Ingresos totales por actividades no postales: €
Del total de ingresos indique la cantidad que corresponde a envíos sin dirección (buzoneo): €	

7. Recursos

7.1.- Recursos

7.1.1. Empleados

Indicar el número total de empleados que tiene la empresa, especificando cuántos de ellos se dedican al reparto. (Media anual)

	Número de empleados	
	2013	
Plantilla (total de empleados):	
Del total de empleados ¿cuántos son repartidores?:	

7.1.2. Medios de transporte

Indicar el número de vehículos que utiliza la empresa .

	Número de vehículos	
	2013	
Bicicletas y triciclos:	
Motocicletas:	
Vehículos ligeros (hasta 3,5 Toneladas):	
Vehículos pesados:	

7.1.3. Puntos de acceso

Indicar el número de locales que tiene la empresa con atención al público y el número de buzones para la recogida de correspondencia.

	Número de locales		Número de buzones	
	2013		2013	
Locales con atención al público		Buzones

1.- Datos del operador

Ejercicio 2013

1.1.- Datos del operador

1.1.1. Datos generales.		SECCIÓN
NIF/CIF: _____	Número inscripción: _____	A: _____ A y B: _____
Nombre o razón social: _____		
Nombre comercial 1: _____	Nombre comercial 2: _____	
Nombre comercial 3: _____	Nombre comercial 4: _____	
Dirección de la empresa: _____		Localidad: _____
Teléfono: _____	Fax: _____	Web: _____
E-mail de la empresa: _____		
1.1.2. Persona de Contacto.		
Nombre: _____		Teléfono directo: _____
Dirección de correo electrónico: _____		

2.- Resultados del ejercicio

2.1.- Resultados del ejercicio (en euros)

2.1.1. Datos cuentas anuales (en euros)			
	2011	2012	2013
Importe neto de la cifra de negocios: e e e
Variación de existencias de productos terminados y en curso de fabricación: e e e
Trabajos realizados por la empresa para su activo: e e e
Aprovisionamientos: e e e
Otros ingresos de explotación: e e e
Gastos de personal: e e e
Otros gastos de explotación: e e e
Amortización del inmovilizado: e e e
Imputación de subvenciones de inmovilizado no financiero y otras: e e e
Excesos de provisiones: e e e
Deterioro y resultado por enajenaciones del inmovilizado: e e e
RESULTADO DE EXPLOTACION: e e e
RESULTADO FINANCIERO: e e e
RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS: e e e

3.- Descripción de la actividad

3.1.- Actividad de la empresa

3.1.1. Código CNAE-2009		
	Código CNAE	Describir
Actividad principal:	Seleccionar
Actividad secundaria:	Seleccionar

4.- Configuración de la red

4.1.- Configuración de la red

4.1.1. Configuración de la red

Nombre de la empresa matriz / franquiciadora:

Nombres	
Nombre de empresas filiales de mensajería y paquetería (empresas del grupo):

Número de franquicias:

Empresa independiente: SI/NO

5.- Actividad de mensajería y paquetería de toda la red

5.1.- Resumen de mensajería y paquetería de toda la red

5.1.1. Envíos admitidos
Desglosar los envíos admitidos según su procedencia

	Ingresos € (sin IVA)	Nº de envíos anuales	Indicar redes y operadores de los que recibe
	2013	2013	
Envíos admitidos directamente a clientes UHPLWHQWHV . (VWRV GDWRV VH GHVORVDUHQ HQ HO DSDUWDGR €	
Envíos admitidos a otras redes u operadores nacionales (excluyendo los envíos de empresas de la propia red) €	
Envíos internacionales de entrada (importación): (VWRV GDWRV VH GHVORVDUHQ HQ HO DSDUWDGR €	

5.1.2. Envíos entregados
Desglosar los envíos entregados

	Gastos€ (sin IVA)	Nº de envíos anuales	Indicar redes y operadores a los que entrega
	2013	2013	
Envíos entregado a destinatario final por toda la red.		
Envíos entregados a otras redes u operadores postales nacionales para su distribución final (excluyendo los envíos intercambiados entre empresas de la propia red) €	
Envíos internacionales de salida (exportación) €	

5.2.- Envíos admitidos a clientes (remitentes)

5.2.1. Análisis por productos - Envíos admitidos directamente a clientes

7HJ0RVDU IRV IQJHVRV VHJ-Q ILSR GH SURGXFIR H LQGLFDU HI Q~PHJR GH HQYIRV UHDOJ DGR SRJ SURGXFIR

ENVÍOS DE MENSAJERÍA Y PAQUETERÍA			
	Ingresos€ (sin IVA)	Nº de envíos anuales	Observaciones
	2013	2013	2013
<i>Envíos con entrega en menos de 24 horas</i>			
Documentos €
Paquetes KDWD 20 kg €
Paquetes de peso superior a 20 kg €
	Ingresos€ (sin IVA)	Nº de envíos anuales	Observaciones
	2013	2013	2013
<i>Envíos con entrega entre 24 y 72 horas</i>			
Documentos €
Paquetes KDWD 20 kg €
Paquetes de peso superior a 20 kg €
	Ingresos€ (sin IVA)	Nº de envíos anuales	Observaciones
	2013	2013	2013
<i>Envíos con entrega en más de 72 horas</i>			
Documentos €
Paquetes KDWD 20 kg €
Paquetes de peso superior a 20 kg €

5.2.2. Análisis por destinos - Envíos admitidos directamente a clientes.

7HJ0RVDU IRV IQJHVRV VHJ-Q HI GHMQR GH IRV HQYIRV H LQGLFDU HI Q~PHJR GH HQYIRV GH FDGD GHMQR

	Ingresos€ (sin IVA)	Nº de envíos anuales	Observaciones
	2013	2013	2013
Local €
Interurbano €
Internacional - UE €
Internacional - resto del mundo €

5.2.3. Análisis por tipos de remitentes - Envíos admitidos directamente a clientes

7HJ0RVDU IRV IQJHVRV VHJ-Q HI HI ILSR GH FILQWH TXH GHPDQGD IRV VHUYIRV H LQGLFDU HI Q~PHJR GH HQYIRV UHDOJ DGR SDUD FDGD ILSR FOLQIH

	Ingresos€ (sin IVA)	Nº de envíos anuales	Observaciones
	2013	2013	2013
Particulares €
Cientes a los que se les factura un importe inferior a 100.000 euros €
Cientes a los que se les factura un importe superior a 100.000 euros €

5.2.4. Comercio electrónico

Del total de los envíos declarados en el punto anterior, especificar cuantos corresponden al comercio electrónico.

	Ingresos€ (sin IVA)	Nº de envíos anuales	Observaciones
	2013	2013	2013
Comercio electrónico €

5.3.- Envíos admitidos a otros operadores internacionales

5.3.1. Análisis por productos - Envíos admitidos a operadores internacionales con vinculación societaria (pertenecen al mismo grupo)

Envíos admitidos a operadores internacionales con vinculación societaria: desglosar los envíos según tipo de producto.

ENVÍOS DE MENSAJERÍA Y PAQUETERÍA		
<i>Envíos con entrega en menos de 24 horas</i>	Nº de envíos anuales	Indicar el nombre de los operadores de los que recibe envíos:
	2013	
	Documentos
	Paquetes KDVWD 20 kg
Paquetes de peso superior a 20 kg
<i>Envíos con entrega entre 24 y 72 horas</i>	Nº de envíos anuales	Indicar el nombre de los operadores de los que recibe envíos:
	2013	
	Documentos
	Paquetes KDVWD 20 kg
Paquetes de peso superior a 20 kg
<i>Envíos con entrega en más de 72 horas</i>	Nº de envíos anuales	Indicar el nombre de los operadores de los que recibe envíos:
	2013	
	Documentos
	Paquetes KDVWD 20 kg
Paquetes de peso superior a 20 kg

5.3.2 Análisis por productos - Envíos admitidos a otros operadores internacionales

Envíos admitidos a otros operadores internacionales: desglosar los envíos según el tipo de producto

<i>Envíos con entrega en menos de 24 horas</i>	Nº de envíos anuales	Indicar el nombre de los operadores de los que recibe envíos:
	2013	
	Documentos
	Paquetes KDVWD 20 kg
Paquetes de peso superior a 20 kg
<i>Envíos con entrega entre 24 y 72 horas</i>	Nº de envíos anuales	Indicar el nombre de los operadores de los que recibe envíos:
	2013	
	Documentos
	Paquetes KDVWD 20 kg
Paquetes de peso superior a 20 kg
<i>Envíos con entrega en más de 72 horas</i>	Nº de envíos anuales	Indicar el nombre de los operadores de los que recibe envíos:
	2013	
	Documentos
	Paquetes KDVWD 20 kg
Paquetes de peso superior a 20 kg

6.- Recursos de la red

6.1.- Recursos

6.1.1. Empleados

Indicar el número total de empleados de la red, indicando cuántos de ellos se dedican al reparto. (Media anual)

	Número de empleados 2013
Plantilla (total de empleados)
Del total de empleados ¿cuántos son repartidores?

6.1.2. Medios de transporte

Indicar el número de vehículos que utiliza la red.

	Unidades 2013
Bicicletas y triciclos
Motocicletas
Vehículos ligeros (hasta 3,5 toneladas de carga útil)
Vehículos pesados

6.1.3. Infraestructuras

Indicar el número de locales que tiene la red.

	Número de locales 2013
Total
Del total, cuántos con atención al público

