

RESOLUCIÓN POR LA QUE SE REVISAN LOS PRECIOS DE LOS SERVICIOS POSTALES PRESTADOS BAJO RÉGIMEN DE OBLIGACIONES DE SERVICIO PÚBLICO PARA EL AÑO 2022

(STP/DTSP/041/21)

CONSEJO. SALA DE SUPERVISIÓN REGULATORIA

Presidente

D. Ángel Torres Torres

Consejeros

D. Mariano Bacigalupo Saggese

D. Bernardo Lorenzo Almendros

D. Xabier Ormaetxea Garai

D.^a Pilar Sánchez Núñez

Secretaria

D.^a María Ángeles Rodríguez Paraja

En Madrid, a 24 de febrero de 2022

De acuerdo con la función establecida en el artículo 8.9 de la Ley 3/2013, de 4 de junio, de creación de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, la Sala de la Supervisión Regulatoria emite el siguiente resuelve por el que se revisan los precios de los servicios postales prestados bajo régimen de obligaciones de servicio público para el año 2022:

I. ANTECEDENTES

Primero. Comunicación de los precios previstos para el año 2022

Con fecha 2 de noviembre de 2021 tuvo entrada en el Registro de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (en adelante CNMC) escrito de la Sociedad Estatal Correos y Telégrafos S.A. (en adelante Correos), al que acompañaba los precios de los servicios postales prestados con obligaciones de

servicio público (en concreto, servicio postal universal, en adelante SPU) para el año 2022, así como la Memoria Justificativa de los mismos, aprobados por el Consejo de Administración de Correos el 30 de septiembre de 2021.

Este es el segundo año consecutivo¹ en el que el operador designado no comunica a esta Comisión la memoria de precios en el plazo (con al menos tres meses de antelación) que prevé la Ley 43/2010, de 30 de diciembre, del servicio postal universal, de los derechos de los usuarios y del mercado postal (Ley Postal en adelante), retrasando considerablemente el ejercicio de supervisión.

La información más relevante de esta propuesta de precios se ha incluido como Anexo a esta Resolución.

Segundo. Inicio del procedimiento y trámite de alegaciones

De conformidad con el artículo 58 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas, tras el análisis de la Memoria Justificativa, de los resultados de la contabilidad analítica (en adelante CA) de Correos correspondiente al ejercicio 2020², con fecha 22 de diciembre de 2021, la Directora de Transportes y del Sector Postal acordó el inicio del procedimiento de verificación de los precios de los servicios postales prestados con obligaciones de SPU para el año 2022.

Correos presentó alegaciones 13 de enero de 2022.

II. FUNDAMENTOS JURÍDICOS

Primero. Habilitación competencial

El artículo 8.9 de la Ley 3/2013, de 4 de junio, de creación de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (en adelante LCNMC), establece que la CNMC supervisará y controlará el correcto funcionamiento del mercado postal, a través de las funciones que se detallan en dicho artículo o que sean

¹ El año pasado tuvo entrada en esta Comisión la memoria justificativa de precios para 2021 el 8 de octubre de 2020. Este año aporta Correos por primera vez documento firmado por el Secretario del Consejo de Administración y por el Presidente de Correos el 19 de octubre que certifica el acuerdo por unanimidad del asunto 6 del orden del día del Consejo de Administración de 30 de septiembre de 2021.

² En concreto, se utiliza la información incluida en la Cuenta de Pérdidas y Ganancias Detallada (en adelante PyGD), donde los costes se imputan totalmente a los productos analíticos y donde se distinguen los productos del ámbito del SPU de los del ámbito no SPU.

atribuidas por Ley o Real Decreto. Entre esas funciones se encuentra la comprobación de la adecuación de los precios de los servicios postales previstos bajo régimen de obligaciones de servicio público a los principios previstos en el artículo 34 de la Ley Postal, según el cual:

“1. Los precios de los servicios postales prestados bajo régimen de obligaciones de servicio público deberán ser asequibles, transparentes y no discriminatorios y fijarse teniendo en cuenta los costes reales del servicio, de modo que ofrezcan incentivos para la prestación eficiente del mismo.

2. El operador designado deberá comunicar a la Comisión Nacional del Sector Postal tanto el establecimiento de nuevos precios como la modificación de los precios ya vigentes de los servicios prestados con obligaciones de servicio público con, al menos, tres meses de antelación a la fecha prevista para su aplicación. La comunicación irá acompañada de una memoria justificativa del cumplimiento de los principios indicados en el presente artículo.

En el supuesto de que de la comprobación de los precios se desprenda que no se ajustan a dichos principios, la Comisión Nacional del Sector Postal dará un plazo de 15 días al operador para que alegue lo que estime conveniente y dictará la correspondiente resolución declarando lo que proceda, a efectos de su consideración en el cálculo de la carga a que se refiere el artículo 28. Los precios serán publicados en los sitios web de la Comisión y del operador designado

(...)”.

Asimismo, la Disposición adicional quinta de la LCNMC señala que *“las competencias que las normas vigentes atribuyen a los organismos que se extingan cuando se constituya la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia y que esta Ley no haya atribuido expresamente a los departamentos ministeriales competentes de la Administración General del Estado serán ejercidas por la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia.”*

Por otra parte, de acuerdo con el artículo 21 de la LCNMC y el artículo 14.1.b) del Estatuto Orgánico de la CNMC, aprobado por Real Decreto 657/2013, de 30 de agosto, la Sala de Supervisión Regulatoria es el órgano competente para conocer y resolver el presente expediente.

Segundo. Objeto

De conformidad con lo previsto en el artículo 34 de la Ley Postal, la presente Resolución tiene por objeto declarar, a efectos de su posterior consideración en el cálculo de la carga financiera injusta a la que se refiere el artículo 28 de la misma Ley, si los precios previstos para el año 2022 de los servicios postales prestados bajo régimen de obligaciones de servicio universal, en la medida en que son una categoría de servicios prestados con obligaciones de servicio público, son asequibles, transparentes y no discriminatorios, y si se han fijado teniendo en cuenta los costes reales del servicio de modo que ofrezcan incentivos para su prestación eficiente.

A este respecto, Correos reitera las alegaciones que viene realizando en el procedimiento de verificación de precios del SPU desde el ejercicio 2014, en las que manifiesta que los precios que pagan los grandes clientes tras aplicarles los correspondientes descuentos no deberían ser objeto del análisis que realiza la CNMC al amparo del artículo 34.

En respuesta a las alegaciones de Correos hay que señalar que no aporta argumentos que no hayan sido ya tenidos en cuenta por esta Sala en anteriores resoluciones, por lo que no se puede sino reiterar lo ya indicado al respecto en dichas resoluciones. Como se señalaba en la Resolución correspondiente a los precios de 2016³, “la distinción planteada por Correos es una distinción artificial que la Ley no contempla: ni el artículo 34 se limita en su tenor a los precios *nominales*, ni el artículo 35 a los precios *efectivos*. El ámbito de aplicación del artículo 34 son “*los precios de los servicios postales prestados bajo régimen de obligaciones de servicio público*”, por tanto, todos los precios de todos los servicios prestados con obligaciones de servicio público, sin ningún tipo de excepción por el hecho de que sean *nominales* o *efectivos*, por el tipo de cliente al que se preste el servicio o por el hecho de que ese cliente tenga o no derecho a obtener descuentos”.

El Tribunal Supremo, en Sentencia de 19 de diciembre de 2018⁴ que confirma la Sentencia de la Audiencia Nacional de 19 de junio de 2017⁵ que desestimó el

³ <https://www.cnmc.es/expedientes/stpdtsp01115> (página consultada el 13 de enero de 2022)

⁴ Sentencia del Tribunal Supremo (Sala de lo Contencioso-Administrativo, Sección Tercera), de 19 de diciembre de 2018, Roj: STS 4530/2018 – ECLI:ES:TS:2018:4530, disponible en: www.poderjudicial.es/search/contenidos.action?action=contentpdf&databasematch=TS&reference=8651413&statsQueryId=121924149&calledfrom=searchresults&links=&optimize=20190208&publicinterface=true (página consultada el 13 de enero de 2022)

⁵ Sentencia de la Audiencia Nacional (Sala de lo Contencioso-Administrativo, Sección Octava), de 19 de junio de 2017, Roj: SAN 2775/2017 – ECLI:ES:AN:2017:2775, disponible en:

recurso de Correos contra la Resolución de la CNMC por la que se revisan los precios de los servicios postales prestados bajo régimen de obligaciones de servicio público para el año 2015, de 18 de junio de 2015⁶, se expresa al respecto en estos términos: “Cabe declarar que la intervención de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia en virtud de la comunicación efectuada por el operador con arreglo al artículo 34.2 de la ley 43/2010, puede comprender no sólo la verificación de precios nominales de los servicios, sino también los precios con descuentos”.

Por todo ello, esta Sala mantiene e incluye el análisis de la orientación a costes de los precios de todos los servicios que se prestan en régimen de obligaciones de servicio público, entre los que se encuentran los precios que pagan los clientes que reciben descuentos en los servicios SPU, tal y como exige el artículo 34.

III. COMPROBACIÓN DEL CUMPLIMIENTO DE LOS PRINCIPIOS PREVISTOS EN EL ARTÍCULO 34 LSP

De conformidad con el artículo 34 de la Ley Postal, los precios de los servicios postales prestados bajo régimen de obligaciones de servicio público deberán ser asequibles, transparentes, no discriminatorios, y fijarse teniendo en cuenta los costes reales del servicio, de modo que ofrezcan incentivos para la prestación eficiente del mismo.

Principio de asequibilidad

Para determinar la asequibilidad de los servicios incluidos en el SPU los reguladores del sector postal utilizan habitualmente un análisis comparado: lo que representan los gastos en servicios postales en el total del gasto de las familias, los precios de los servicios postales en relación con los de otros países o la evolución del precio de los servicios postales en relación con el IPC.

Con este objetivo se tomarán en consideración los datos que aportan los informes más recientes de referencia en el ámbito postal europeo que, si bien en su mayor parte se refieren a precios, también incluyen datos de poder

www.poderjudicial.es/search/contenidos.action?action=contentpdf&datasematch=AN&reference=8105307&links=&optimize=20170721&publicinterface=true (página consultada el 13 de enero de 2022)

⁶ <https://www.cnmc.es/expedientes/stpdtsp00115> (página consultada el 13 de enero de 2022)

adquisitivo. Estos informes son el que elabora el Grupo de Reguladores Europeos de Servicios Postales (*European Regulators Group for Postal Services – ERGP*)⁷, basado en precios de 2020, y el informe *Letter prices in Europe*, de Deutsche Post, publicado en mayo de 2021 (edición 20^a), basado en precios de 2021⁸.

El informe ERGP PL II (21) 25 aporta una comparación de los precios de los servicios postales prestados por los operadores designados de 33 países miembros de ERGP, incluidos los 27 Estados miembros de la UE. Los servicios postales que se comparan son las cartas de menor peso y los paquetes de 2 kg. Cuando se trata de envíos de paquetes intra-Europa, la referencia es la zona de entrega europea más asequible:

- El precio medio europeo de enviar una carta doméstica no-prioritaria de hasta 20 gr (21 países, con entrega en D+3 salvo excepciones) era de 0,70 euros en 2020. El precio en España ese año era de 0,65 euros, es decir un 93% del precio medio europeo.
- El precio medio europeo de enviar una carta prioritaria (31 países, con entrega en D+3) de hasta 20 gr a destino europeo era de 1,46 euros en 2020. El precio en España fue de 1,45 euros.
- El precio medio europeo de un paquete doméstico prioritario de 2 kg (31 países, con entrega en D+3) fue de 6,13 euros. Ese precio en España fue de 13,45 euros, es decir, enviar un paquete SPU desde España con destino España fue en 2020 un 119% más caro que la media europea.
- El precio medio europeo de enviar un paquete prioritario de 2 kg (32 países, con entrega en D+5) a un destino en Europa (en concreto a la zona de menor precio) era de 18,67 euros. En España⁹ ese precio era de 34,10 euros, resultando un 83% más caro que la media europea.

Adicionalmente se ha comparado, a través de los catálogos de tarifas oficiales de Correos, la evolución reciente del paquete internacional económico (ámbito

⁷ *ERGP PL II (21) 25, Report on core indicators for monitoring the European postal market*, disponible en: <https://ec.europa.eu/docsroom/documents/48634> (página consultada el 8 de febrero de 2022)

⁸<https://www.dpdhl.com/content/dam/dpdhl/en/media-center/media-relations/documents/2021/letter-prices-in-europe-2021.pdf> (página consultada el 24 de enero de 2022)

⁹ Nótese que, en España, el paquete internacional considerado en el ámbito SPU es el 'económico' frente al paquete internacional 'prioritario' (actualmente denominado 'standard' en el catálogo comercial de Correos) que queda fuera del ámbito SPU.

SPU, exento de IVA) con el paquete standard internacional (no SPU, con IVA del 21%), en concreto, para destinos Zona A (Europa Cercana), debido a que ambos productos presentan características similares en términos de dimensiones, plazos de entrega y garantías. Se aprecia que el paquete internacional económico (SPU) es un 8% (en 2018) y un 10% (en 2019) más caro que el paquete standard (no SPU) que incluye el IVA. En 2020 esta diferencia de precio entre los productos SPU y no SPU es nula, pero en 2021 vuelve a resultar más caro (en torno al 3% en promedio) el paquete SPU.

El informe de Deutsche Post compara los precios para 2021 de la carta ordinaria más rápida en los 27 Estados miembros de la UE más Reino Unido, Islandia, Noruega y Suiza. Los resultados que arroja este informe en relación con los precios en España son los siguientes:

- En términos nominales, el precio de la carta doméstica en España es el 60% del precio medio europeo (1,16 euros) en 2021¹⁰. La misma comparación arrojaba un 58% en 2020.
- En términos nominales, el precio en España de la carta internacional con destino intra-Europa es el 87% del precio medio europeo (igual que en 2020). La misma comparación arrojaba un 56% en 2014. Se observa, pues, que el incremento importante de precio de la carta ordinaria de exportación (Zona 1) ha estrechado mucho el diferencial entre precios español y precio europeo¹¹.
- El análisis de la evolución del precio de la carta doméstica ajustado por la inflación entre los años 2011 y 2020 indica que los precios en España aumentaron un 74,9% en ese periodo, mientras que en media los precios en Europa crecieron un 79,1%.
- En 2021 en España: (i) se requieren 2,42 minutos de trabajo para pagar el envío de una carta doméstica, mientras que en Europa son precisos 4,24 minutos, (ii) el precio de la carta ajustado por el coste del trabajo es de aproximadamente el 57,3% del precio medio europeo y (iii) el precio de la carta ajustado por la paridad del poder adquisitivo es de aproximadamente el 63,8% del precio medio europeo. El informe muestra también un resultado consolidado que tiene en cuenta conjuntamente los

¹⁰ El estudio considera el producto más rápido en cada país, observándose que en muchos países la entrega se produce en D+1 (en España es D+3).

¹¹ La evolución del precio en España es la siguiente: 0,76 € (2014), 0,90 € (2015), 1,15 € (2016), 1,25 € (2017), 1,35 € (2018), 1,40 € (2019), 1,45 € (2020), 1,50 € (2021) y 1,65 € (2022), es decir, ha aumentado un 117% en 8 años, lo que supone una tasa de crecimiento anual compuesta del 10%.

ajustes por costes laborales y por paridad del poder adquisitivo, que concluye que en España el precio de la carta doméstica es un 60,1% del precio medio europeo.

En relación con el principio de asequibilidad Correos señala lo siguiente en su memoria justificativa:

“1.- Las tarifas del Paquete Azul han sido fijadas teniendo en cuenta los costes necesarios para garantizar el cumplimiento de la calidad en plazo en todo el territorio. De esta manera, para que la comparación con la tarifa de otros países de nuestro entorno sea homogénea es relevante tener en consideración la singularidad de la geografía nacional y su dispersión poblacional. Asimismo, es relevante poner de manifiesto que más del [40-50]% de los envíos de Paquete Azul tienen como destino Canarias, donde para cumplir con la calidad del servicio, es necesario utilizar el transporte aéreo, con un incremento de costes este año, del [10-20]%. Asimismo, el [0-10]% de los envíos lleva como destino Baleares, donde los costes del transporte marítimo suben en torno a un [20-30]%. A pesar de la subida de este producto, sigue siendo más económico que el paquete estándar en prácticamente todos los destinos. (...)

2.- En la comparación de las tarifas del paquete postal de exportación con el aplicado por otros países es necesario tener en consideración aspectos específicos que tienen impacto en los costes de cada país. Así por ejemplo España puede tener mayores costes que otros países de la UE como consecuencia, entre otros aspectos de su ubicación, que implica que los envíos transfronterizos sean de largo recorrido o los mayores costes de distribución derivados de la menor cantidad de envíos gestionados”.

En sus alegaciones, respecto al paquete azul considera que, *“Tomando como referencia la propuesta de tarifas 2022 y los costes unitarios registrados en la Contabilidad Analítica de 2020, el margen de beneficio promedio del paquete azul, considerando la totalidad de costes de acuerdo a una metodología de Costes Históricos Totalmente distribuidos, es del [10-20]%, siendo el de los tres primeros tramos de peso del [0-10]%, [0-10]% y [0-10]% respectivamente. (...)*

El coste unitario viene explicado en gran medida por la implantación de rutas aéreas periódicas con el fin de cumplir con el principio de calidad de un servicio postal público en todo el territorio nacional, entendido éste de forma homogénea (lo cual incluye los territorios insulares).

Respecto al efecto de la pandemia, se ha considerado que los gastos incurridos en la gestión sanitaria (mascarillas, guantes, limpiezas etc...) son coyunturales y por tanto no han sido considerados en la fijación de las tarifas de 2022.

Así las cosas, las tarifas aprobadas implican un estrecho beneficio razonable teniendo en cuenta el incremento de costes imputables a la prestación del servicio de forma cohesionada en todo el territorio, así como el cumplimiento de los principios de calidad y orientación a costes (a los que también se refiere la normativa postal), de modo que resultan en todo punto ajustadas a la máxima asequibilidad que en este momento se puede ofrecer a un servicio que, como viene indicando esa Dirección de Transportes y del Sector Postal, se encuentra en pleno proceso de descenso en la demanda.

Por lo demás, consideramos relevante destacar que el precio del paquete azul se encuentra plenamente ajustado en todos sus tramos de peso al de otros productos de paquetería no SPU en los que sí se contempla la existencia de tarifas específicas por razón del destino. Siendo así, entendemos que los precios de este producto postal cumplen con el principio de asequibilidad en términos globales y para todo el conjunto de la población española”.

Adicionalmente, Correos señala en sus alegaciones, respecto al paquete de exportación:

“La resolución concluye que se compromete el principio de asequibilidad del paquete con destino Europa por comparación con la tarifa ofrecida por otros operadores de la UE. En este sentido, reiteramos la importancia de tener en consideración las circunstancias que pueden suponer que la comparación utilizada en la resolución no sea homogénea. En concreto:

- En el caso de Correos, la Zona A abarca países cercanos como Francia, Italia, Alemania o Austria con otros destinos de la UE más lejanos como Noruega o Grecia. Por este motivo, precios transfronterizos aparentemente caros para distancias cortas (por Francia o Portugal) no lo son tanto para compensar los mayores costes que suponen las rutas más largas.

- La capacidad de Correos de negociar las condiciones económicas del transporte internacional o de la distribución en destino es menor que la de otros países que gestionan mayores volúmenes.

- La escorada ubicación de España supone que la distancia del tráfico internacional y por consiguiente el coste de transporte internacional es mayor que el de otros países con ubicación más céntrica.

Como se informó en la memoria, se trata de dos casos en los que se pone de manifiesto el conflicto que en ciertas ocasiones se produce entre la aplicación del principio de orientación a costes y el principio de asequibilidad, aspecto ampliamente discutido en el seno de la regulación postal europea”.

Respecto de las alegaciones de Correos hay que decir que no tratan sobre el principio de asequibilidad sino más bien sobre el principio de orientación a costes. La asequibilidad de los servicios incluidos en el SPU es condición que debe ser garantizada en todo caso, y precisamente para garantizarla se ha previsto compensar al operador designado la carga financiera injusta que puede suponerle la prestación de determinados servicios que, al presentar unos costes elevados, habrían de cobrarse a precios que resultarían inasequibles.

En relación con la afirmación de Correos sobre que los precios del paquete azul se habrían ajustado *“a la máxima asequibilidad que en este momento se puede ofrecer”*, ha de decirse que los precios, o son asequibles o no lo son, es decir, que la asequibilidad no es una cuestión de grado.

Sin perjuicio de que en este punto se trata de valorar la asequibilidad, y no la orientación a costes, de los precios de los servicios del SPU, cabe hacer una puntualización. Correos pone de manifiesto, en relación con el paquete azul, que en ese producto obtiene un margen promedio (en términos porcentuales, resultante de dividir el beneficio antes de impuestos entre la tarifa 2022) del [10-20]%, y que este margen sería de entre el [0-10]% en los dos tramos de peso inferiores, y de en torno al [0-10]% en los dos siguientes tramos. Pero obvia decir que en los dos tramos de peso superiores el margen sería bastante más abultado, del [20-30]%.

Esta Sala concluye que, de acuerdo con los últimos datos disponibles, los precios de los servicios SPU propuestos por Correos para 2022 no comprometen el principio de asequibilidad, con la excepción del precio del paquete doméstico (paquete azul, con entrega en D+3) y del precio del paquete con destino a Europa (paquete internacional económico, con entrega en D+5). Asimismo, el incremento notable que desde 2015 viene experimentando el precio de la carta ordinaria de exportación, que ha hecho que se encuentre ya en el nivel del precio medio europeo, justifica la conveniencia de su seguimiento por esta Comisión en los próximos años.

Principio de orientación a costes

El análisis de la orientación a costes de los precios SPU 2022 se apoya en los resultados de la CA de Correos correspondientes al ejercicio 2020¹². Estos resultados revelan lo siguiente:

¹² Correos comunica a la CNMC sus CA anuales antes del 25 de julio del año inmediatamente posterior, en virtud de la Orden FOM/2447/2004, de 12 de julio, sobre la contabilidad analítica y la separación de cuentas de los operadores postales (<https://www.boe.es/eli/es/o/2004/07/12/fom2447>) (página consultada el 26 de enero de

- La CA 2020 registró pérdidas en el ámbito SPU de casi [CONFIDENCIAL] euros. Las cartas SPU registraron pérdidas de algo más de [CONFIDENCIAL] y los paquetes SPU de unos [CONFIDENCIAL] euros.
- El número total de envíos del operador designado es de 1.979 millones¹³, de los cuales el 72% (1.424 millones de envíos) corresponden al SPU. De los ingresos brutos totales [CONFIDENCIAL], los ingresos brutos SPU suponen el [40-50]% [CONFIDENCIAL] euros. De los ingresos netos totales [CONFIDENCIAL] euros, el [40-50]% [CONFIDENCIAL] euros corresponde a servicios SPU. Aproximando los descuentos sobre las tarifas oficiales de Correos por la relación entre ingreso neto e ingreso bruto, en 2020 el descuento medio en el conjunto de productos de Correos fue del [40-50]%, y el descuento medio en el total de los productos SPU de Correos, del [30-40]%¹⁴.
- Dentro del ámbito SPU, la carta supone el 99,94% de los envíos, el [90-100]% de los ingresos brutos, y el [90-100]% de los ingresos netos. Los productos SPU de mayor importancia, por número de envíos y/o por ingresos, son CON 20, CON 50 (carta ordinaria nacional de entre 20 y 50 gramos) y CCN 20 (carta certificada nacional de hasta 20 gramos), por lo que el análisis se ha centrado en ellos, si bien se extraen también algunas conclusiones en relación con otros productos SPU.

2022). La última CA verificada por la CNMC es la correspondiente al ejercicio 2019 (VECO/DTSP/013/20: <https://www.cnmc.es/expedientes/vecodtsp01320>) (página consultada el 26 de enero de 2022), pero la CA de 2020 ya ha sido comunicada por Correos a la CNMC.

¹³ Un 38,8% menos que en 2019 en un año marcado por la crisis sanitaria del COVID-19 y en el que apenas hubo envíos electorales (en torno a 28 millones de envíos, correspondientes a las elecciones autonómicas en Galicia y Euskadi en julio de 2020). El volumen de envíos de Correos en 2020, si sólo se consideran las cartas, la paquetería, la publicidad directa y las publicaciones se situaría en torno a 1.949 millones.

¹⁴ Frente al [40-50]% y [30-40]% en 2019, y al [40-50]% y [40-50]% en 2018.

Tabla 1. Tabla resumen de productos SPU de relevancia¹⁵ en términos de envíos, ingresos o descuentos (en %)

Producto	Envíos/envíos SPU	IB/IB SPU	IN/IN SPU	Descuento 1-(IN/IB)
CON 20	[70-80]%	[50-60]%	[40-50]%	[50-60]%
CON 50	[10-20]%	[0-10]%	[0-10]%	[40-50]%
CON 100	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%	[30-40]%
CON 500	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%	[20-30]%
CCN 20	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%	[20-30]%
CCN 50	<1%	[0-10]%	[0-10]%	[20-30]%
CCN100	<1%	[0-10]%	[0-10]%	[10-20]%
CCN 500	<1%	[0-10]%	[0-10]%	[10-20]%
CCN 1000	<1%	<1%	[0-10]%	[0-10]%
CO Import 20	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%	0,0%
CO Import 500	<1%	<1%	[0-10]%	0,0%
CO Export 20	<1%	[0-10]%	[0-10]%	[10-20]%
CC Export 500	<1%	<1%	[0-10]%	[0-10]%

Fuente: elaboración propia

Análisis de los productos más relevantes

CARTA ORDINARIA NACIONAL

Según la CA 2020, la CON 20 explica por sí sola algo más de la mitad del total de envíos de Correos (en concreto el [50-60]%; el [50-60]% excluyendo los envíos de las elecciones) y el [70-80] del volumen de los envíos SPU. La CON 50 supuso el [10-20] de los envíos SPU.

CON 20, CON 50, CON 100 y CON 500 registran, respectivamente, pérdidas de [CONFIDENCIAL] euros, [CONFIDENCIAL] euros, [CONFIDENCIAL] euros y [CONFIDENCIAL] euros. El resultado global de la CON fue de [CONFIDENCIAL]

¹⁵ Se incluyen en la tabla los productos analíticos SPU con $\geq 1\%$ en las columnas Envíos, IB (Ingresos Brutos) o IN (Ingresos Netos).

euros de pérdidas, pues los resultados positivos de las cartas nacionales de mayor peso (CON 1000 y CON 2000) solo compensaron ligeramente las pérdidas en los cuatro primeros tramos de peso.

Los descuentos medios, aproximados por la diferencia entre ingresos brutos e ingresos netos, en los tres primeros tramos de peso fueron de [50-60], [40-50] y [30-40]% respectivamente, y el margen efectivo¹⁶ negativo fue de [40-50], [20-30] y [40-50]% respectivamente. El margen efectivo medio ponderado por el volumen de toda la CON fue negativo, de [40-50]% en 2020 (frente a un margen negativo de [10-20]% en 2019).

El cliente Admisión Masiva Minorista¹⁷ “AMM” explica más de tres cuartas partes de los envíos CON de menor peso¹⁸ (el [80-90]% de los envíos CON 20 y el [70-80]% de los envíos CON 50) y prácticamente todas las pérdidas en estos productos ([CONFIDENCIAL] euros en CON 20 y [CONFIDENCIAL] en CON 50).

Los márgenes efectivos en este tipo de cliente fueron negativos en los tres primeros tramos de peso, de [50-60], [40-50] y [60-70]% respectivamente (estos márgenes negativos fueron del [30-40], [20-30] y [30-40]% respectivamente en 2019), habiéndose aplicado unos descuentos¹⁹ del [50-60], [50-60] y [50-60]% respectivamente (estos descuentos fueron del [50-60], [50-60] y [50-60]% respectivamente en 2019). Si en 2019 los demás tramos de peso presentaban margen positivo, en 2020 solo CON 1000 lo conserva (del [20-30]%), con un descuento para grandes clientes en ese tramo de peso del [40-50]%.

Suponiendo que los costes unitarios permanecieran estables entre 2020 y 2022, y que los aumentos de precios entre 2020 y 2022 se trasladaran íntegramente al ingreso neto²⁰ (en adelante se utiliza la expresión ‘en la situación hipotética más favorable’ para referir estos supuestos), los márgenes efectivos seguirían siendo negativos en 2022 en los tres primeros tramos de peso ([30-40], [20-30] y [40-50]%, respectivamente, frente a márgenes negativos de [10-20], [0-10] y [10-

¹⁶ (Ingreso Neto-Coste) / Ingreso Neto.

¹⁷ En concreto, clientes con contrato que depositan sus envíos en Centros de Admisión Masiva.

¹⁸ Tal y como se muestra en el Anexo, existen 6 tramos de peso para las tarifas de las Cartas SPU (ordinaria nacional, certificada nacional, ordinaria exportación y certificada exportación): ≤ 20 g, ≤ 50 g, ≤ 100 g, ≤ 500 g, ≤ 1 kg y ≤ 2 kg.

¹⁹ Descuentos calculados aquí como: (Ingreso Bruto-Ingreso Neto) / Ingreso Bruto.

²⁰ Los supuestos son los más favorables a Correos, al suponer que el incremento de precios se traslada íntegramente al ingreso neto, y al suponer que los costes unitarios permanecen constantes entre 2020 y 2022, a pesar de que cabe esperar que estos crezcan anualmente en un contexto de reducción de volúmenes en el caso de la carta.

20]%, respectivamente, en el mismo ejercicio realizado en el marco de la verificación de los precios SPU de 2021). Y CON 500 y CON 2000 seguirían presentando margen efectivo negativo (de [10-20]% y [0-10]% respectivamente).

Los clientes Contado y Sellos²¹, que suman aproximadamente el [0-10]% y el [10-20]%, respectivamente, del volumen en cada uno de los dos primeros tramos de peso de la CON, y desde el [20-30]% hasta el [50-60]% del volumen en los tramos de peso restantes, presentan márgenes efectivos positivos en todos los productos CON según la CA 2020, excepto en CON 50 y en CON 100. En CON 50 presenta un margen efectivo negativo ([0-10]%) en Sellos, que resultaría positivo ([0-10]%) en la situación hipotética más favorable. En CON 100 se tiene un margen efectivo negativo del [20-30]% tanto en Contado como en Sellos, que seguiría siendo negativo en ambos casos en la situación hipotética más favorable ([0-10]% en Contado y [0-10]% en Sellos).

CARTA CERTIFICADA NACIONAL

La CCN registra un margen efectivo positivo en la CA 2020 en cuatro de los seis tramos de peso. Presentan margen efectivo negativo los servicios CCN 100 y CCN 500 ([0-10]% y [0-10]%, respectivamente), que se tornarían positivos en la situación hipotética más favorable ([0-10]% y [10-20]% respectivamente). En cambio, en la CA 2019 se obtuvieron márgenes efectivos positivos en todos los tramos de peso²².

RESTO DE SERVICIOS

- Paquete azul: Este producto analítico arroja pérdidas en la CA 2020 de unos [CONFIDENCIAL] euros, frente a los beneficios en la CA 2019 de unos [CONFIDENCIAL] euros. Por tramos de peso, se observa que en 2020 presentan pérdidas los cuatro primeros tramos de peso mientras que en 2019 presentaron pérdidas solo los tres primeros. El cliente Contado supone prácticamente la totalidad de los volúmenes en los últimos tres tramos de peso (entre el [90-100] y el [90-100]%), mientras que en los tres

²¹ Contado y sellos conforman el grupo de clientes particulares sin contrato y sin derecho a descuentos.

²² No es posible, con los datos que se tiene, efectuar el análisis de las cartas certificadas SPU por tipo de cliente específico. En efecto, si bien el informe de resultados de la CA 2020 clasifica los productos analíticos Cartas Certificadas Administrativas como no SPU y presenta datos sobre ingresos brutos, ingresos netos, costes y volúmenes, por un lado de los seis servicios de carta certificada (SPU), y por otro de los seis servicios de carta certificada administrativa (no SPU), la Cuenta de PyGD 2020, que es donde se distinguirían los resultados por tipos de clientes, no recoge tales productos analíticos.

primeros tramos de peso la cuota de este cliente oscila entre el [70-80] y el [80-90]%

De los cuatro tramos de menor peso, que presentan margen negativo en 2020 (de entre el [10-20] y el [30-40]%), en la situación hipotética más favorable en 2022 los dos tramos de menor peso seguirían resultando negativos ([0-10]% y [0-10]% respectivamente).

- CO Export: El producto CO Export 20 supone el [60-70]% del volumen total de CO Export. Dentro de CO Export 20 los clientes más importantes son Agentes turísticos y AMM ([0-10]% y [30-40]% del volumen, respectivamente²³). Para los restantes tramos de peso los clientes más importantes en términos de volumen son Contado y Sellos, que suman entre el [50-60] y el [70-80]% del volumen, siendo más significativa la aportación del cliente Contado al aumentar de tramo de peso.

El producto CO Export 20 presenta margen efectivo positivo en la CA 2020 de [20-30]% ([30-40]% en 2019). En ese tramo, el cliente AMM registra margen efectivo positivo del [10-20]%, el cliente Agentes turísticos del [20-30]%, el cliente Sellos del [30-40]% y el cliente Contado del [0-10]%

- CC Export: Registra beneficios en la CA 2020 de [CONFIDENCIAL] euros ([CONFIDENCIAL] euros en 2019) es decir, [CONFIDENCIAL] euros por envío ([CONFIDENCIAL] en 2019). El cliente Contado explica entre el [60-70] y el [90-100]% de los envíos según los tramos de peso. Los tres tramos de peso inferiores presentan márgenes efectivos negativos en 2020 ([0-10]%, [0-10]% y [0-10]% respectivamente) -frente a los márgenes efectivos positivos en todos los tramos de peso en 2019-. En la hipótesis más favorable los márgenes resultarían positivos en esos tres tramos de peso en 2022 (en torno al [10-20]%).
- Paquete postal Export: Registra beneficios en la CA 2020 de unos [CONFIDENCIAL] euros, es decir, [CONFIDENCIAL] euros de media por envío (en 2019, [CONFIDENCIAL] euros por envío). El cliente Contado explica entre el [90-100] y el [90-100]% de los envíos en todos los tramos de peso²⁴. Los márgenes efectivos en 2020 son positivos en todos los tramos de peso, entre el [10-20] y el [10-20]%

²³ Los Agentes turísticos son agregadores de correo que depositan envíos de otros clientes, principalmente particulares en zonas turísticas, en la red de Correos. Este tipo de cliente experimenta en 2020 un descenso notable frente a 2019, cuando representaba el [20-30]% de los envíos, debido a las restricciones a la llegada de turistas en 2020 por la crisis sanitaria.

²⁴ La CA distingue tres tramos de peso: ≤ 5 kg, ≤ 10 kg y >10 kg, mientras que las tarifas se presentan por envío + por kilo o fracción y distinguiendo Zonas de la A a la E (en 2022

Tal y como se detalla en resoluciones anteriores de la CNMC sobre revisión de precios SPU, en el ámbito del SPU los precios a los grandes clientes deben reflejar los costes evitados a Correos por estos clientes respecto de los incurridos al prestar el servicio a los clientes particulares, que pagan los precios sin descuento. Tomando como referencia los resultados de la CA 2020 de Correos, en el ‘escenario hipotético más favorable’ se observa que las diferencias de precios entre los clientes sin derecho a descuento y los clientes con derecho a descuento en 2022 no se corresponderían con las diferencias de costes unitarios en que incurre Correos al prestarles los servicios a esos clientes.

La comparación hipotética (siempre en el supuesto más favorable a Correos²⁵) de ingresos netos unitarios y costes unitarios en 2022 entre el cliente AMM y el cliente Contado tendría el siguiente resultado en el caso de la CON 20 y de la CON 50:

- En la CON 20, la diferencia de [CONFIDENCIAL] céntimos de euro en el ingreso neto unitario de ambos tipos de clientes no se explicaría por la diferencia de [CONFIDENCIAL] céntimos en sus costes unitarios.
- En la CON 50, la diferencia de [CONFIDENCIAL] céntimos entre sus ingresos netos unitarios no se explicaría por la diferencia de [CONFIDENCIAL] céntimos en los costes unitarios.

En la Memoria justificativa explica Correos que las tarifas propuestas cubren la totalidad de los costes fijos y variables y que compensan en la medida de lo posible la pérdida de volúmenes, tras una actualización al alza de los precios en base a las siguientes razones:

- Gestión eficiente del coste neto del SPU, mediante la actualización de las tarifas para el ejercicio 2022, el incremento del precio medio de los clientes con contrato, medidas de ahorro de costes y medidas de diversificación de ingresos.
- Evolución de costes unitarios creciente durante los últimos ejercicios debido a la disminución de los volúmenes de envíos gestionados y a la limitada capacidad de reducción de costes fijos derivados de las condiciones de prestación impuestas.

En sus alegaciones Correos señala que el modelo de descuentos que aplicará en 2022 “*se ha construido de forma que se garantice que el precio que paguen*

experimentan una redistribución de países y zonas). El análisis se hace para la Zona A (que pasa a denominarse EU1 en 2022).

²⁵ Véase pie de página 20.

todos los clientes con derecho a descuento cubran sus costes de prestación del servicio.

Sin embargo, la Resolución sobre tarifas concluye que “las tarifas ahora propuestas implican que los precios que se aplicarán a los grandes clientes con descuento no cumplen indiciariamente con el principio de orientación a costes [..]”.

Esta conclusión es el resultado de comparar los ingresos previsibles de clientes con descuento en 2022 con los costes proporcionados por la Contabilidad Analítica detallada por producto reportada por Correos.

Consideramos que se trata de una comparación que no es apropiada para la evaluación del precio de un servicio y que induce a error en la medida en la que se basa en comparar ingresos derivados de la aplicación del precio analizado con los costes imputados según una metodología de costes históricos totalmente distribuidos. En aplicación de esta comparación, tal y como se realiza en la Resolución, se puede concluir de manera errónea que el precio no cubre los costes de prestación del servicio.

Consideramos que una evaluación precisa de la orientación a costes de los precios ofrecidos a clientes con derecho a descuento debería profundizar en el análisis de los costes para identificar los costes generados y resolver si, efectivamente, los márgenes efectivos negativos a los que se hace referencia en la Resolución son derivados de la aplicación de descuentos o más bien son consecuencia de la fuerte caída de actividad”.

En respuesta a estas alegaciones procede hacer referencia a la Sentencia de la Audiencia Nacional de 17 de septiembre de 2021²⁶ que desestima el recurso de Correos contra la resolución de 1 de febrero de 2018 por la que se revisan los precios de los servicios postales prestados bajo régimen de obligaciones de servicio público para el año 2018, que señala que “[l]a normativa vigente establece para la contabilidad analítica del operador designado un modelo de CHTD²⁷. Por tanto, queda claro que el sistema de costes a emplear debe ser el de CHTD, que se basa en la asignación de la totalidad de costes incluidos en la

²⁶ Sentencia de la Audiencia Nacional (Sala de lo Contencioso-Administrativo, Sección Octava), Roj: SAN 4181/2021 - ECLI:ES:AN:2021:4181, disponible en:

<https://www.poderjudicial.es/search/contenidos.action?action=contentpdf&databasematch=AN&reference=9708795&optimize=20211022&publicinterface=true&tab=AN&calledfrom=searchresults&statsQueryId=173643185&start=1&links=> (página consultada el 8 de febrero de 2022)

²⁷ El acrónimo responde a *Costes Históricos Totalmente Distribuidos*.

contabilidad financiera, como hace la CNMC. No es posible utilizar una metodología distinta, como pretende CORREOS eliminando los costes comunes y teniendo en cuenta solo costes directos por ella calculados”.

A la vista de todo lo expuesto, y a reserva de su posterior comprobación en la verificación de la CA del ejercicio 2022, esta Sala concluye que los precios de los servicios postales prestados bajo régimen de obligaciones de servicio público propuestos para el año 2022 no cumplen indiciariamente con el principio de adecuación a los costes reales de prestación del servicio, pues los resultados de la CA 2020 ponen de manifiesto que los precios de determinados servicios que pagan los clientes con derecho a descuento generan márgenes efectivos negativos, que continuarán resultando negativos en muchos casos en 2022 en la situación hipotética más favorable a Correos -consistente en suponer el traslado íntegro del incremento de tarifas entre 2020 y 2022 a los ingresos netos y que los costes unitarios se mantienen constantes-, no respondiendo los descuentos al ahorro de costes generado por los clientes con derecho a descuentos frente a los clientes particulares.

La CA de Correos 2020 pone de manifiesto que de los [CONFIDENCIAL] euros de pérdidas de la CON 20 –el principal producto del SPU-, la práctica totalidad de las pérdidas se registran en los clientes con derecho a descuento (AMM²⁸), mientras que los clientes particulares generan márgenes positivos en todos los tramos de peso (con la excepción de CON 100, con pérdidas de unos [CONFIDENCIAL] euros)²⁹.

Principio de transparencia y no discriminación

La CNMC concluyó en las Resoluciones de precios SPU de 2015 a 2021 que las tarifas oficiales de los servicios SPU de tales ejercicios cumplían los principios de transparencia, al ser publicados en la web de Correos, y no discriminación, debido a la uniformidad de las tarifas para todos los usuarios.

²⁸ Estos clientes (que depositan en centros de admisión masiva) generan [CONFIDENCIAL] euros de pérdidas, seguidos por los clientes con contrato que depositan en Oficina de Correos y que tienen derecho a descuento, que añaden [CONFIDENCIAL] euros de pérdidas. Asimismo, los operadores de acceso que depositan en la red de Correos suponen pérdidas en torno a [CONFIDENCIAL] euros y el cliente Agencias Colaboradoras supone pérdidas de [CONFIDENCIAL] euros.

²⁹ Los clientes particulares producen ganancias de [CONFIDENCIAL] euros, seguidos del cliente con contrato que deposita en oficina sin derecho a descuentos ([CONFIDENCIAL] euros, de los cuales [CONFIDENCIAL] euros proceden de clientes privados y [CONFIDENCIAL] euros de la Administración Pública), y del cliente Sellos (ganancias de [CONFIDENCIAL] euros).

Las tarifas SPU de 2022 que habrán de pagar los usuarios particulares cumplen igualmente con los principios de transparencia y no discriminación, por las mismas razones.

Por otra parte, la aprobación por la CNMC del Contrato tipo de acceso a la red postal por Resolución de la CNMC de 25 de abril de 2018³⁰ satisface la observancia de los principios de transparencia y no discriminación en relación con los precios efectivos que pagan los clientes que se benefician de descuentos en función de los costes que evitan a Correos.

Correos no ha presentado alegaciones sobre la valoración por parte de esta Comisión del cumplimiento de los principios de transparencia y no discriminación.

Por todo lo anterior, la Sala de Supervisión Regulatoria

IV. RESUELVE

PRIMERO. Que los precios de los servicios postales prestados bajo régimen de obligaciones de servicio público propuestos para el año 2022 que pagan los clientes particulares no comprometen el principio de asequibilidad, a excepción del precio del paquete doméstico (paquete azul) y del paquete transfronterizo europeo (paquete exportación económico), y cumplen con los principios de transparencia, no discriminación y orientación a los costes reales de prestación del servicio.

SEGUNDO. Que los precios de determinados servicios postales prestados bajo régimen de obligaciones de servicio público que pagan los usuarios con derecho a descuentos no cumplen indiciariamente, a reserva de lo que resulte de la verificación de la contabilidad analítica de costes, con el principio de adecuación a los costes de prestación del servicio.

³⁰ Resolución CNMC de 25 de abril de 2018, por la que se aprueba el contrato tipo de acceso a la red postal en cumplimiento de lo previsto en el artículo 45 de la Ley Postal (STP/DTSP/008/15). Ahora bien, la Audiencia Nacional, en Sentencia de 18 de diciembre de 2019 (Nº de Recurso: 374/2018) estimó el recurso de Correos contra la Resolución de 15 de febrero de 2018 sobre el procedimiento relativo a la aprobación del Contrato Tipo de Acceso a la Red Postal de la Sociedad Estatal Correos y Telégrafos, S.A., S.M.E. (la primera de las dos Resoluciones del Expediente STP/DTSP/008/15), y el Tribunal Supremo ha admitido a trámite el recurso de casación en auto de 27 de octubre de 2021.

TERCERO. Que se observa el cumplimiento de los principios de transparencia y no discriminación para los precios con descuento en virtud del contrato tipo de acceso aprobado por Resolución de 25 de abril de 2018.

CUARTO. Que se adopten medidas de investigación por la Dirección de Transporte y Sector Postal en relación con el posible incumplimiento de los principios relacionados con la prestación del servicio postal universal.

QUINTO. Que la Sociedad Estatal Correos y Telégrafos, S.A. debe comunicar a esta Comisión la memoria de precios en el plazo que prevé la Ley 43/2010, de 30 de diciembre, del servicio postal universal, de los derechos de los usuarios y del mercado postal, es decir, con al menos tres meses de antelación- al momento en que entrarán en vigor.

Comuníquese esta Resolución a la Dirección de Transportes y del Sector Postal y notifíquese al interesado, haciéndole saber que la misma pone fin a la vía administrativa y que puede interponer contra ella recurso contencioso-administrativo ante la Audiencia Nacional, en el plazo de dos meses a contar desde el día siguiente al de su notificación.

ANEXO I – GLOSARIO DE ACRÓNIMOS

- **CA:** Contabilidad Analítica
- **CC Export:** Carta Certificada Exportación
- **CCN:** Carta Certificada Nacional
- **Ciente AMM:** cliente Admisión Masiva Minorista
- **CO Export:** Carta Ordinaria Exportación
- **CO Import:** Carta Ordinaria Importación
- **CON:** Carta Ordinaria Nacional
- **CON 20:** Carta Ordinaria Nacional de hasta 20 gr.; **CON 50:** Carta Ordinaria Nacional de hasta 50 gr (y más de 20); **CON 100:** Carta Ordinaria Nacional de hasta 100 gr (y más de 50); y así sucesivamente
- **ERGP:** Grupo de Reguladores Europeos de Servicios Postales
- **IB:** Ingreso Bruto
- **IN:** Ingreso Neto
- **IPC:** Índice de Precios al Consumo
- **IVA:** Impuesto sobre el Valor Añadido
- **LCNMC:** Ley 3/2013, de 4 de junio, de creación de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia
- **Ley Postal:** Ley 43/2010, de 30 de diciembre, del servicio postal universal, de los derechos de los usuarios y del mercado postal
- **PyGD:** Cuenta de Pérdidas y Ganancias Detallada
- **SPU:** Servicio Postal Universal

ANEXO II – PROPUESTA DE PRECIOS DE CORREOS EN 2022 PARA LOS SERVICIOS INCLUIDOS EN EL ÁMBITO DEL SERVICIO POSTAL UNIVERSAL

Tabla 2. Tabla de Precios SPU 2022 de Correos

Precio en euros	2022	2021	Incremento
Carta Ordinaria Nacional ≤ 20 g (CON20)	0,75	0,70	7,14%
Carta Ordinaria Nacional ≤ 50 g (CON50)	0,85	0,80	6,25%
Carta Ordinaria Nacional ≤ 100 g (CON100)	1,35	1,25	8,00%
Carta Ordinaria Nacional ≤ 500 g (CON500)	2,70	2,50	8,00%
Carta Ordinaria Nacional ≤ 1 kg (CON1000)	5,55	5,15	7,77%
Carta Ordinaria Nacional ≤ 2 kg (CON2000)	6,00	5,60	7,14%
Carta Certificada Nacional ≤ 20 g (CCN20)	4,50	4,15	8,43%
Carta Certificada Nacional ≤ 50 g (CCN50)	4,60	4,25	8,24%
Carta Certificada Nacional ≤ 100 g (CCN100)	5,10	4,70	8,51%
Carta Certificada Nacional ≤ 500 g (CCN500)	6,45	5,95	8,40%
Carta Certificada Nacional ≤ 1 kg (CCN1000)	9,30	8,60	8,14%
Carta Certificada Nacional ≤ 2 kg (CCN2000)	9,75	9,05	7,73%
Carta Ordinaria Exportación ≤ 20 g (COE20)	1,65	1,50	10,00%
Carta Ordinaria Exportación ≤ 50 g (COE50)	1,95	1,80	8,33%
Carta Ordinaria Exportación ≤ 100 g (COE100)	2,75	2,60	5,77%
Carta Ordinaria Exportación ≤ 500 g (COE500)	6,90	6,80	1,47%
Carta Ordinaria Exportación ≤ 1 kg (COE1000)	13,30	13,20	0,76%
Carta Ordinaria Exportación ≤ 2 kg (COE2000)	21,20	21,10	0,47%
Carta Certificada Exportación ≤ 20 g (CCE20)	6,45	5,80	11,21%
Carta Certificada Exportación ≤ 50 g (CCE50)	6,75	6,10	10,66%
Carta Certificada Exportación ≤ 100 g (CCE100)	7,55	6,90	9,42%

Carta Certificada Exportación ≤ 500 g (CCE500)	11,70	11,10	5,41%
Carta Certificada Exportación ≤ 1 kg (CCE1000)	18,10	17,50	3,43%
Carta Certificada Exportación ≤ 2 kg (CCE2000)	26,00	25,40	2,36%
Paquete Azul ≤ 1 kg	15,00	12,65	18,58%
Paquete Azul ≤ 2 kg	16,85	14,30	17,83%
Paquete Azul ≤ 5 kg	21,25	18,35	15,80%
Paquete Azul ≤ 10 kg	25,30	21,85	15,79%
Paquete Azul ≤ 15 kg	36,85	31,65	16,43%
Paquete Azul ≤ 20 kg	44,35	38,15	16,25%
Paquete Exportación Económico ≤ 5 kg	46,25	46,25	0,00%
Paquete Exportación Económico ≤ 10 kg	64,00	64,00	0,00%
Paquete Exportación Económico ≤ 15 kg	81,75	81,75	0,00%

Fuente: Correos

Notas:

- En las cartas de exportación se muestra en la tabla solo el precio de la Zona 1 (Europa incluido Groenlandia, excluido Albania, Armenia, Bosnia, Chipre, Georgia, Malta, Moldavia y Rusia).
- En el paquete de exportación se muestra en la tabla solo el precio de la Zona EU1 (antigua Zona A, que cubre Alemania, Austria, Bélgica, Dinamarca, Francia, Gibraltar, Grecia, La Bailía de Guernsey, Irlanda, Italia, Isla de Jersey, Isla de Man, Islas Azores, Islas Malvinas, Luxemburgo, Madeira, Mónaco, Noruega, Países Bajos, Portugal, Reino Unido, San Marino, Suecia, Suiza y Vaticano).
- Los valores añadidos (valor declarado por cada 50 eur declarados o fracción) se incrementan un 4,76% en la tarifa nacional (2,20 eur para CC, Paquete Azul y CC urgente) y 7,69% en la tarifa internacional (2,80 eur para CC y Paquete Export Econ).