

El comercio electrónico impulsó la paquetería con más de mil millones de envíos en 2023, un 15 % más que en el año anterior

- El número de cartas enviadas disminuyó un 10 %, hasta los 1.341 millones, un 62 % menos que en 2015.
- Las empresas inscritas en el Registro Postal aumentaron un 7,7 %.

Madrid, 24 de julio de 2024.- En 2023 se enviaron 1.014 millones de paquetes, un 15 % más que en 2022, gracias al impulso de las compras por internet. En el caso de las cartas, se enviaron 1.341 millones, un 10 % menos que en 2022 y un 62 % menos que en 2015, según los datos del Informe Anual del Sector Postal 2023 ([INF/DTSP/039/24](#)).

El Registro Postal contaba, a finales de 2023, con 3.119 empresas inscritas, casi un 8 % más que un año antes. 1.221 de estas empresas eran autónomos.

Cartas y paquetes de hasta 2 kg, los productos más demandados

En el segmento postal tradicional, los productos con mayor demanda fueron las cartas ordinarias y las tarjetas postales. Por su parte, los paquetes de menor peso, de hasta 2 kg, fueron los preferidos en el segmento de mensajería y paquetería.

Cuotas de mercado

Correos, el operador público, dominó el segmento postal tradicional, con el 86 % de la cuota de envíos. En paquetería, su cuota fue del 19 %.

Panel de hogares

Según el último [Panel de hogares](#) de la CNMC, alrededor del 80 % de los encuestados no envió cartas a particulares, y poco más del 50 % recibió cartas de empresas. Además, más del 80 % no envió ni recibió paquetes con origen distinto a compras por internet. Dos de cada tres encuestados no visitó ninguna oficina postal en seis meses.

Contenido relacionado:

- [INF/DTSP/039/24](#)
- [Nota de prensa](#) (07/06/2024): Más de la mitad de los internautas realizó alguna compra *online* en el último semestre de 2023 (Panel hogares, [CNMCData](#))