



Correos, MRW y Seur ya concentran la mitad de la paquetería en España

La cuota de mercado de las tres empresas de paquetería con mayor volumen de envíos ha aumentado de manera constante en los últimos cinco años en España, según un reciente estudio de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC). Esta magnitud ha sido especialmente relevante en el último año, donde la suma de los volúmenes de Correos, MRW y Seur ha pasado del 47% de 2017 al 51,5% de 2018. Tras la adquisición de Tinsa por parte de Seur, todo indica que este porcentaje se acrecentará en el ejercicio actual.

El informe de la CNMC especifica que un total de 1.791 empresas figuran en el registro postal del último ejercicio, de los cuales el 80,2% corresponden a la prestación de servicios de paquetería. Concretamente, las inscripciones en esta actividad han aumentado el 4,5% respecto a 2017, de manera que se evidencia un mercado postal cada vez más volcado en este ámbito. Otros datos que la CNMC

ha arrojado es el liderazgo de Madrid y Catalunya sobre el total de inscritos, con el 39,1%, en línea con la tendencia de los últimos años. Además, el 65,7% de los operadores han declarado realizar su actividad bajo una misma red. En este sentido, MRW, Nacex y Mail Boxes ETC lideran la lista de empresas que operan con esta estructura.

Por otra parte, la cifra de negocio en el sector de la paquetería ha evolucionado al alza en el último ejercicio, con un aumento del 18,8% hasta los 5.841,8 millones de euros. Entre otros, ha destacado la integración de ASM y Redyser en el operador GLS, lo que ha producido un «fuerte incremento» en sus resultados, según ha informado la CNMC. Asimismo, como operadores públicos, Correos y Correos Express han alcanzado en el periodo los 2.023,6 millones de euros, el 9,5% más que en 2017.

En cuanto a las redes de transporte urgente de ámbito nacional, todas han aumentado su cifra de negocios excepto Enviaia y Zeleris, que han sufrido descensos del 2,5% y del 0,4%, respectivamente. Entre las integradoras, ha destacado la inclusión de DHL Express en la muestra con 339,3 millones de euros y, entre los operadores independientes, se han apreciado fuertes descensos en los operadores ICS y OCS, así como aumentos en el resto de empresas.

VOLÚMENES DE ENVÍOS

Los envíos del sector de la paquetería han llegado hasta los 531,4 millones en 2018, lo que supone un aumento del 15,8%, mientras que los ingresos han crecido el 29,9% hasta los 2.521,3 millones de euros. Los mayores ingresos provienen de los envíos de paquetes de entre dos y 20 kilos, con el 46,7% del total; mientras que los envíos de menos de dos kilos han supuesto el 28%; y los de más de 20, el 25,8%. Sin embargo, desde el punto de vista de los volúmenes, se han movido

mayoritariamente paquetes de hasta dos kilos, con el 48% del total; seguido por los de entre dos y 20 kilos, con el 41,9%; y los de más de 20 kilos, con el 10,1%.

Si se analiza el origen y destino de los mismos, el 65,4% de los ingresos se han generado en los envíos de ámbito nacional; seguido por el 20,7% en la importación; y 13,9% en la exportación. “A pesar de que el mercado español sigue muy orientado a los envíos nacionales, hay que destacar que el peso por envíos de importación ha crecido los últimos cinco años, en 2018 dos puntos y medio”, ha comentado la CNMC.

No obstante, en la exportación predominan las empresas integradoras, con el 45,2% del total, mientras que en importación lo realiza Correos, con el 71%. “En el ámbito predominante de nuestro mercado, el nacional, la mayor presencia es la de las redes de transporte urgente de ámbito nacional, con el 52,1% de los envíos”, ha reconocido el informe. En cuanto a los vehículos utilizados para repartirlos, la mayor proporción en el ámbito de la paquetería han sido los ligeros de hasta 3,5 toneladas, con el 88,7% del total, seguido por los pesados, con el 8,2%, y las motocicletas, con el 1,6%. En este sentido, las bicicletas y triciclos han supuesto solo el 0,5% del total.

Asimismo, el comercio electrónico ha jugado un papel fundamental en el mercado. En este sentido, el cuarto trimestre de 2018 ha cerrado con 205,8 millones de euros, el 20,8% más que el trimestre anterior. A la hora de realizar los envíos de paquetes asociados a compras online, desde la CNMC han informado de que las opciones más ofertadas han sido el plazo de entrega y el precio, seguidos del horario de entrega y la elección de la empresa de mensajería. Además, también han constatado el aumento de las opciones disponibles en el plazo de entrega y el coste de envío en el último ejercicio. La empresa de mensajería que más paquetes de comercio electrónico ha gestionado en 2018 fue Correos, con el 48,8% del total en el primer semestre y el 43,6% en el segundo.