



TEMA 01

1. *Estructura del mercado postal y de la Paquetería empresarial.*
2. *Marco normativo.*
3. *Autoridad nacional de reglamentación postal.*
4. *CNMC: funciones y competencias.*

SINDICATO LIBRE



VERSION 2020

1. Estructura del mercado postal y de la Paquetería empresarial.

INTRODUCCIÓN

El objetivo de esta unidad es definir la estructura del mercado postal y de la paquetería empresarial desde los datos contenidos en el informe "[Análisis del sector postal y del sector de la mensajería y paquetería: metodología utilizada y resultados obtenidos](#)" publicado por la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (en adelante CNMC). Para ello se ha utilizado la metodología recogida en dicho informe, solicitando información a 44 operadores y actualizando los indicadores establecidos con los últimos datos disponibles.

El informe se estructura en los siguientes tres apartados:

- Un primer apartado sobre el contexto normativo, donde se describe el proceso de liberalización del sector postal y se caracteriza el sector, distinguiendo entre el segmento del sector postal tradicional y el segmento de la mensajería (o envíos urgentes) y paquetería, también llamado segmento CEP (Courier, Express & Parcels).
- Un segundo apartado donde se reflejan los principales datos de Europa, analizando la información recientemente publicada por la Comisión Europea, así como datos de la Unión Postal Universal y de Eurostat.
- En el último apartado se analiza el sector postal en España presentando, en primer lugar, los principales indicadores macroeconómicos útiles para dimensionar la relevancia de este sector dentro de la economía nacional. Para ello se emplean datos del Instituto Nacional de Estadística (INE). A continuación se analizan, por separado, los diferentes segmentos:
 - En el segmento del sector postal tradicional se exponen, en primer lugar, los principales indicadores del operador público y la red postal, utilizando los datos contenidos en su Memoria Anual así como la información requerida al efecto. A continuación se hace una descripción de los principales operadores privados, para finalizar con la exposición de los indicadores más relevantes de este segmento. Para su cálculo se ha utilizado la metodología recogida en el citado informe "[Análisis del sector postal y del sector de la mensajería y paquetería: metodología utilizada y resultados obtenidos](#)". Este procedimiento se inició el ejercicio anterior, por lo que las series temporales disponibles son aún cortas (dos o tres años según el indicador).

- Respecto al segmento CEP, se sigue la misma estructura del apartado anterior. En primer lugar, se describe la actividad de las principales redes de distribución que operan en España para exponer a continuación los principales indicadores del sector.

Para concluir el análisis de cada uno de los segmentos, se hace una referencia al uso por parte de los consumidores finales de los servicios postales y de mensajería y paquetería, utilizando para ello la información del portal de datos CNMC-data correspondiente al Panel de Hogares, [El Panel de Hogares CNMC es una encuesta a hogares e individuos de periodicidad semestral. El estudio es de naturaleza multisectorial y recoge datos relativos a los mercados de telecomunicaciones, audiovisuales, energía, postal, transporte y competencia, y al Comercio electrónico. Las estadísticas sobre comercio electrónico son trimestrales. Sólo tiene en cuenta el comercio electrónico \(volumen de negocio y número de transacciones\) realizado a través de tarjetas bancarias de pago adscritas a las entidades de pago españolas colaboradoras: Sermepa-Servired, Sistema 4B y Confederación Española de Cajas de Ahorro \(CECA-Sistema Euro 6000\).](#)

Por último, a modo de conclusiones, se resumen los aspectos más destacables de los servicios postales y paquetería.

CARACTERIZACIÓN DEL SECTOR

En Europa, la gestión de los servicios postales por empresas públicas en régimen de monopolio era el modelo dominante hasta comienzos de la década de los 90. Es en esa década cuando se produce el inicio del proceso de liberalización del sector postal con la publicación del ["Libro Verde sobre el desarrollo del mercado único de los servicios postales"](#) en el año 1992, que se plasmó normativamente en las siguientes Directivas:

- La Directiva 97/67/CE, de 15 de diciembre de 1997 (adoptada en España por la Ley 24/1998, de 13 de julio, del Servicio Postal Universal y de Liberalización de los Servicios Postales), que estableció normas armonizadoras de las legislaciones de los distintos estados miembros, consagró la prestación de un servicio postal universal distinguiendo entre productos reservados y no reservados y creó la figura de la autoridad nacional de reglamentación. En España esta fue la Comisión Nacional del Sector Postal, que entró en funcionamiento en el año 2010 y se extinguió en el 2013 al crearse la CNMC.

- La Directiva 2002/39/CE, de 10 de junio de 2002, que profundizó en el proceso liberalizador reduciendo el número de servicios reservados y estableció un calendario de liberalización del mercado.
- La Directiva 2008/6/CE, de 20 de febrero de 2008, que estableció el 31 de diciembre de 2010 como fecha límite de la total liberalización del sector.

En España, la transposición de la Directiva 2008/6 CE se realizó mediante la publicación de la Ley 43/2010, de 30 de diciembre, del servicio postal universal, de los derechos de los usuarios, y del mercado postal (en adelante Ley Postal), que entró en vigor el 1 de enero de 2011. Esta Ley eliminó el área reservada que con carácter exclusivo solo podía prestar el operador público y abrió a la competencia todos los servicios postales.

El artículo 3 de la Ley Postal define los servicios postales en la misma línea que la Directiva 2008/6 CE, "cualesquiera servicios consistentes en la recogida, la admisión, la clasificación, el transporte, la distribución y la entrega de envíos postales" y define envío postal como "todo objeto destinado a ser expedido a la dirección indicada por el remitente sobre el objeto mismo o sobre su envoltorio, una vez presentado en la forma definitiva en la cual debe ser recogido, transportado y entregado. Además de los envíos de correspondencia incluirá la publicidad directa, los libros, catálogos, diarios, publicaciones periódicas y los paquetes postales que contengan mercancías con o sin valor comercial, cualquiera sea su pesoLas dimensiones mínimas y máximas de los envíos postales considerados serán las establecidas en las disposiciones pertinentes adoptadas por la Unión Postal Universal"

Asimismo, el preámbulo de la Ley Postal establece tres áreas de servicios postales:

- El servicio postal universal que incluye las actividades de recogida, admisión, clasificación, transporte, distribución y entrega de envíos nacionales y transfronterizos en régimen ordinario de cartas y tarjetas postales que contengan comunicaciones escritas en cualquier tipo de soporte de hasta 2 kilogramos de peso y paquetes postales, con o sin valor comercial de hasta 20 kilogramos de peso, incluyendo en ambos casos, la prestación de los servicios accesorios de certificado y valor declarado. El servicio postal universal se encomienda, con las obligaciones que señala la Ley, a la Sociedad Estatal Correos y Telégrafos, S.A., por un plazo de 15 años.
- Servicios que cayendo bajo el alcance material del servicio postal universal se prestan en condiciones de libre mercado ajenas a las obligaciones de servicio público que se le

imponen al prestador del servicio postal universal. Para la prestación de estos servicios es necesario disponer de autorización singular.

- Servicios postales no incluidos en el ámbito del servicio postal universal que pueden ser prestados previa declaración responsable de respeto de los requisitos esenciales.

Aunque la propia norma prevé un ulterior desarrollo reglamentario y en su artículo 22.3 establece que la prestación del servicio postal universal se realizará de conformidad con las previsiones legalmente establecidas y las que se contengan en el Plan de Prestación del servicio postal universal aprobado por el Gobierno y en el contrato regulador, previo informe de la CNMC y del Consejo Superior Postal, ambos siguen pendientes de aprobación.

Caracterización del sector

Como se analizó detenidamente en el informe de la CNMC de 18 de diciembre de 2014 "Análisis del sector postal y del sector de la mensajería y paquetería: metodología utilizada y resultados obtenidos", dentro del concepto de servicios postales se pueden distinguir dos grupos con características muy diferentes, que permiten una segmentación del mercado en el sector postal tradicional y el segmento de los envíos urgentes y la paquetería o CEP (Courier, Express & Parcel).

- **Sector postal tradicional**, que incluye principalmente el segmento de la correspondencia. 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, tarjetas postales y la publicidad directa cuya entrega se realiza a través de casilleros domiciliarios. También se incluyen en este segmento las cartas certificadas y las notificaciones administrativas.
- **Segmento CEP o segmento de envíos urgentes y paquetería**. Este sector podría considerarse, de alguna manera, el resultado de la evolución progresiva y, en cierto modo, convergente de dos sectores de actividades 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 de este sector la forman principalmente los envíos urgentes, con compromiso de entrega en un plazo determinado y los envíos de paquetería.

Existe un servicio de paquetería, prestado por los operadores del sector postal tradicional, que se diferencia del resto de los servicios de paquetería por ser productos distribuidos por una red postal tradicional y, en consecuencia, no incluir indemnización por retraso. Es un producto que, por sus características intermedias entre el sector postal tradicional y el CEP podría ubicarse en cualquiera de los dos segmentos. Su peso relativo es bajo en ambos segmentos: menos del 2% de los envíos en el segmento CEP y menos del 0,2% si se incluye dentro del sector postal tradicional. Atendiendo a un criterio de sustituibilidad, se considera más adecuado incluirlo en el segmento CEP.

Conforme al Título IV de la Ley Postal los operadores que pretendan prestar servicios postales deberán estar inscritos en el Registro General de Empresas Prestadoras de Servicios Postales ([en adelante Registro Postal](#)), **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 Postal se estructura en dos secciones:

- **Sección A:** en la que se inscriben los datos relativos a los operadores que, habiendo presentado 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.

Por la propia definición de los servicios incluidos en cada una de las secciones, se puede establecer una relación entre dichas secciones y los segmentos del mercado. Efectivamente, la mayoría de las empresas inscritas en la Sección B o en ambas secciones, (es decir, las empresas que disponen de autorización administrativa singular), ofrecen servicios característicos del sector postal tradicional.

Por otro lado, la oferta de servicios de las empresas del segmento CEP la forman principalmente los envíos, tanto documentos como paquetes, con compromiso de entrega en plazo determinado y por tanto con indemnización en caso de retraso, por lo que estas empresas se inscriben en la Sección A.

SEGMENTOS

Conozcamos cuáles son los segmentos comerciales relacionados con el sector de la paquetería.

B2B

En este caso, se trata de una plataforma e-Commerce donde se realizan **transacciones de comercio entre Negocio y Negocio**. La utilización de Comercio Electrónico entre compañías permite no solo un gran abaratamiento en los costos, sino además brindar seguridad y eficacia.

B2C

Tipología de clientes donde su negocio se enfoca en la **venta al consumidor final**, este sector es donde se centra la actividad del e-Commerce. Este último es el que ha proporcionado el cambio más drástico del sector y donde nos focalizamos para poder dar el mejor servicio a nuestros clientes. En este sector tenemos que ser conscientes que somos el referente físico de la compra por lo cual el esfuerzo se centra en que los destinatarios tengan la mejor experiencia posible a la hora de recibir sus envíos.

C2B

Necesidad de **retorno de envíos de un consumidor a una empresa**. Este segmento ha incrementado exponencialmente fundamentalmente por la erupción del e-Commerce. Cada día aumentan las ventas de este sector lo que inevitablemente conlleva un aumento de las devoluciones. Cada vez son más los e-Commerce que facilita la gestión de estos envíos a sus compradores haciéndose cargo de los costes del mismo. En este segmento Correos ocupa una posición de dominio fundamentalmente provocada por su capilaridad y prestación de servicio específico para esta necesidad.

C2C

En esta necesidad encontramos los **envíos entre particulares**, esta actividad tradicionalmente se trataba de forma muy estacional, con fuerte presencia en navidades y para momentos muy puntuales. Pero la actividad del e-Commerce también ha llegado a este sector cada vez se producen más ventas entre particulares que generan importantes volúmenes de envíos, solo tenemos que ver la actividad de portales como eBay, Wallapop, VIBBO...

1. 1. El sector postal en Europa.

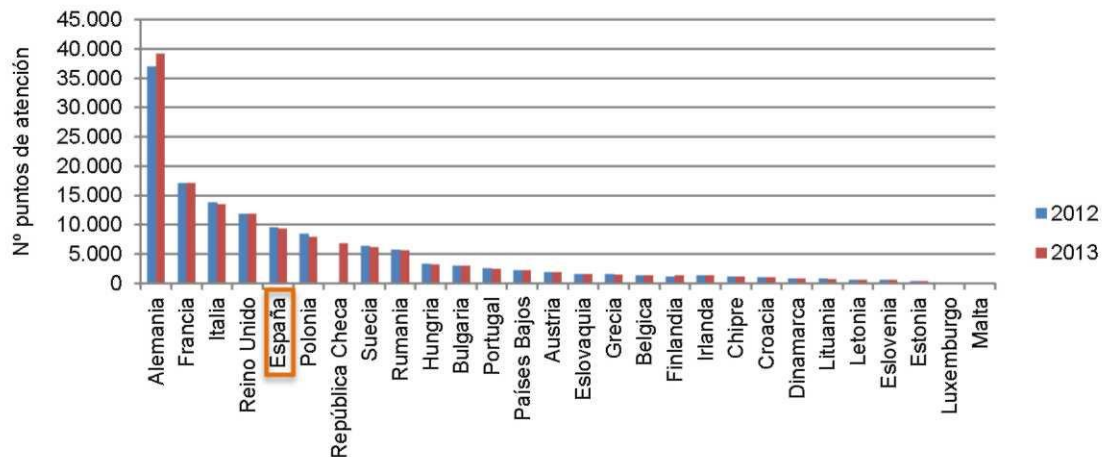
La transposición de la definición de envío postal en las legislaciones nacionales ha sido diferente en los distintos países europeos. Hay países como Bulgaria, Francia, Irlanda, Lituania y Países Bajos que no consideran los servicios urgentes como servicios postales. Asimismo, en varias legislaciones europeas, excluyen de forma expresa los servicios Courier, entendiendo por Courier el servicio de entrega cuando el envío se encuentra en todo momento bajo la responsabilidad de una sola persona; en la medida en que no existe la fase de clasificación, no se considera un servicio postal. Por tanto, mientras la comparativa en el segmento de la correspondencia o segmento del sector postal tradicional es relativamente sencilla, no sucede lo mismo en el segmento de los envíos urgentes y paquetería o CEP.

Los datos que a continuación se presentan corresponden a los publicados en noviembre de 2015 por la Comisión Europea. Durante el año 2014, la Dirección General de Mercado Interior, Industria, Emprendimiento y Pymes de la Comisión Europea (en adelante DG Growth) comenzó a recoger información estadística referente a los años 2012 y 2013 de los diferentes reguladores de los países europeos, tanto del segmento de la correspondencia como del segmento CEP. Sin embargo, debido a la heterogeneidad en las definiciones de los servicios ofrecidos en cada uno de los países y a las dificultades que han encontrado los reguladores europeos en la obtención de esa información, no ha sido posible por el momento la validación del segmento CEP, por lo que la publicación se ha reducido a datos sobre los servicios de correspondencia y tamaño de la red.

Puntos de atención

El número total de puntos de atención de los operadores incúmbetes de los 28 países analizados (UE-28) ascendió, en el año 2013, a 142.256 oficinas, un 5% más que el ejercicio anterior. En este dato se incluyen los carteros que, durante su recorrido, ofrecen servicios de admisión. Este ascenso está motivado principalmente por el incremento de casi un 6% en Alemania, que tiene un peso del 28%, ya que en la mayoría de los países el número de puntos de atención ha disminuido. En el caso de España el descenso ha sido de un 2%.

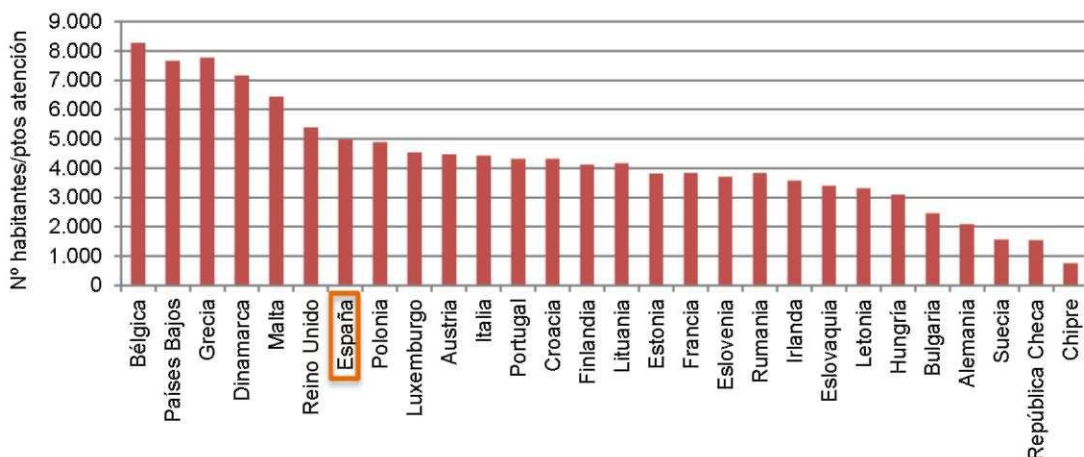
Figura 1. Número de puntos de atención UE (2012-2013)



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos estadísticos postales de la CE (DGGROWTH)

En relación al número de habitantes por punto de atención, España ocupa el séptimo lugar con un punto de atención cada 5.000 habitantes.

Figura 2. Promedio de nº habitantes por cada punto de atención (2013)



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos estadísticos postales de la CE (DGGROWTH) y EUROSTAT

En el año 2013, el número de buzones, que en el conjunto de la UE-28 fue de 649.104, disminuyó un 2% respecto al año anterior sin que en ningún país haya habido ningún aumento. El número de buzones en España fue de aproximadamente 33.000.

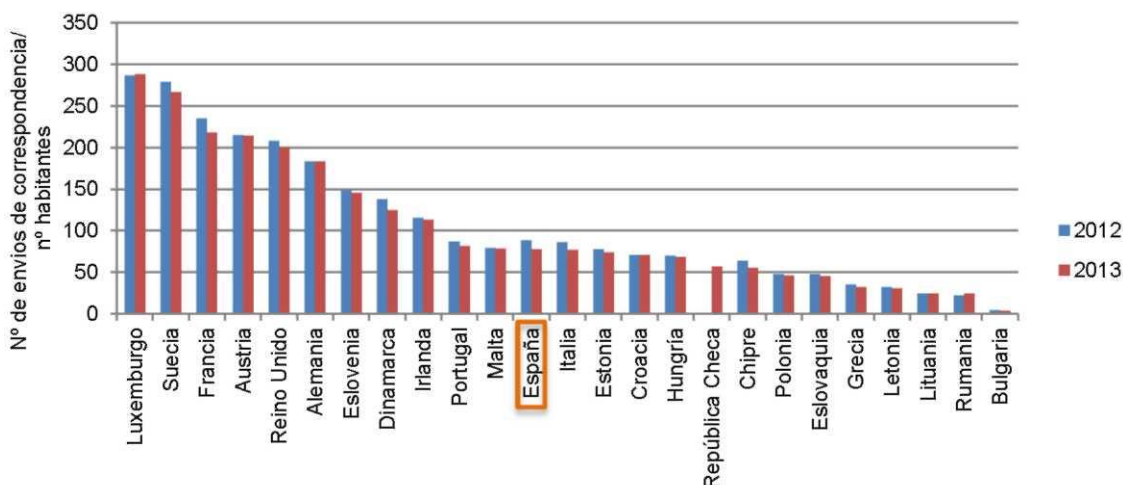
Envíos

En el ejercicio 2013 se han gestionado en la UE-28 un total de 68.810 millones de envíos de correspondencia, lo que supone una disminución del 4% respecto al año 2012. Estos datos

incluyen, además de los operadores públicos o incumbentes de cada país, a los operadores privados. La caída en España ha sido de 11 puntos porcentuales.

El índice de utilización de los servicios de correspondencia en España, en ese mismo año, se situó, de media, en 78 envíos por habitante, por debajo de los 131 envíos por habitante de la media europea y, en todo caso, menos de la mitad de envíos en países como Francia, Reino Unido o Alemania con valores cercanos a los 200 envíos por habitante.

Figura 3. Número medio de envíos de correspondencia por habitantes (2012-2013)



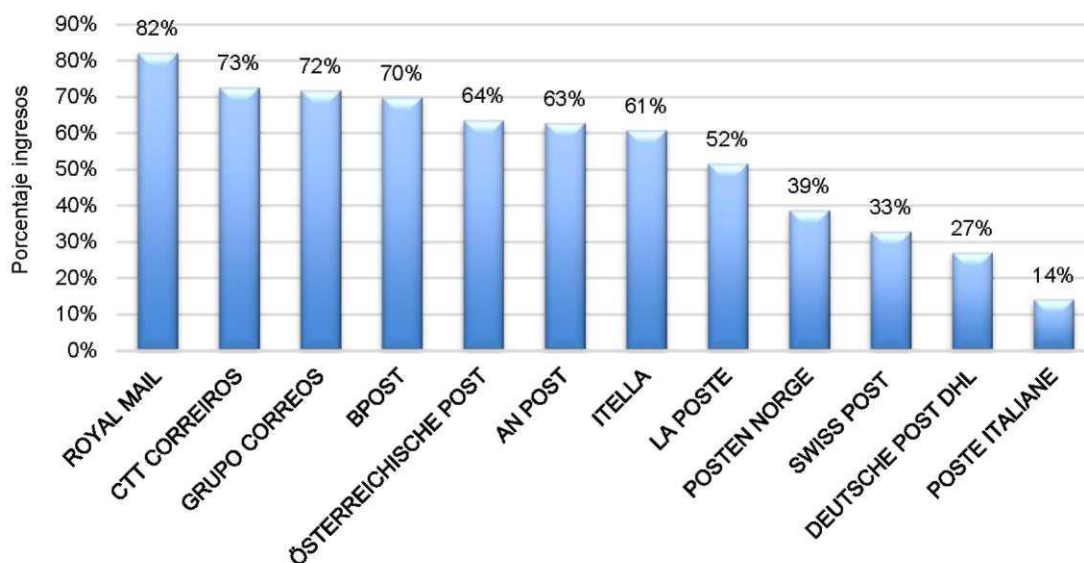
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos estadísticos postales de la CE (DGGROWTH) y EUROSTAT

Ingresos

La gestión de estos servicios ha supuesto, en el año 2013, unos ingresos de 23.283 millones de euros en el conjunto de la UE-28, medio punto porcentual más que en el ejercicio anterior. Sin embargo, en el caso de España, la caída ha sido del 8%.

La disminución de la correspondencia en Europa en los últimos años ha llevado a los operadores incumbentes europeos a diversificarse con el fin de reducir el peso que los ingresos por correspondencia tienen sobre los ingresos totales. El grupo Correos ha iniciado en los últimos años diversas actuaciones en este sentido y aunque el porcentaje de ingresos provenientes del sector postal tradicional sigue siendo elevado, este ha disminuido del 75% en 2013 al 72% en 2014.

Figura 4. Porcentaje de ingresos provenientes del sector postal tradicional (2014)

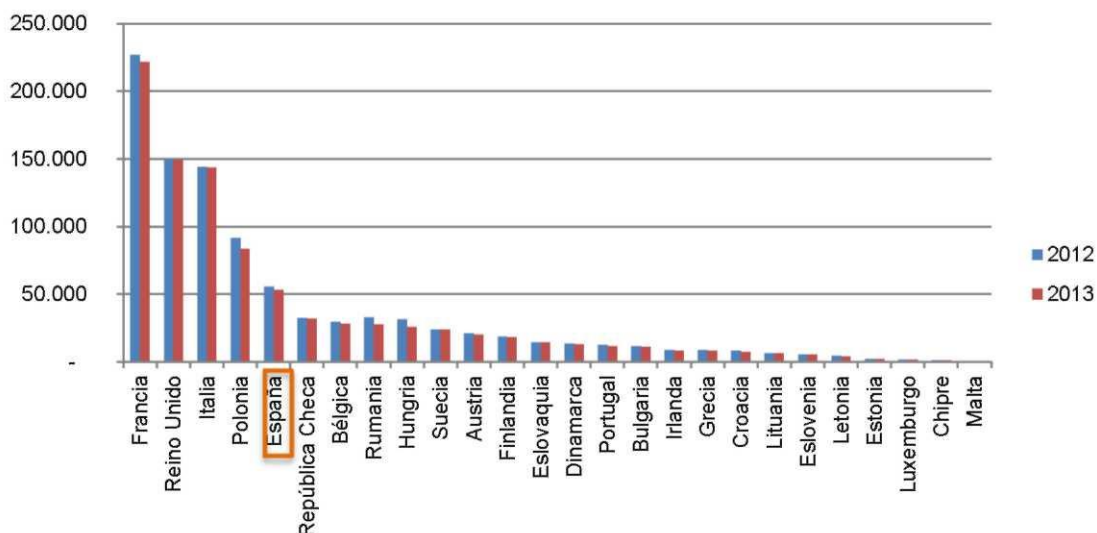


Fuente: Elaboración propia a partir de las memorias de los operadores.

Empleo

De acuerdo con los datos publicados por la Comisión Europea, el número total de empleados por los operadores incumbentes fue de 856.43911. En la mayoría de los países, el número de empleados ha disminuido respecto al año anterior.

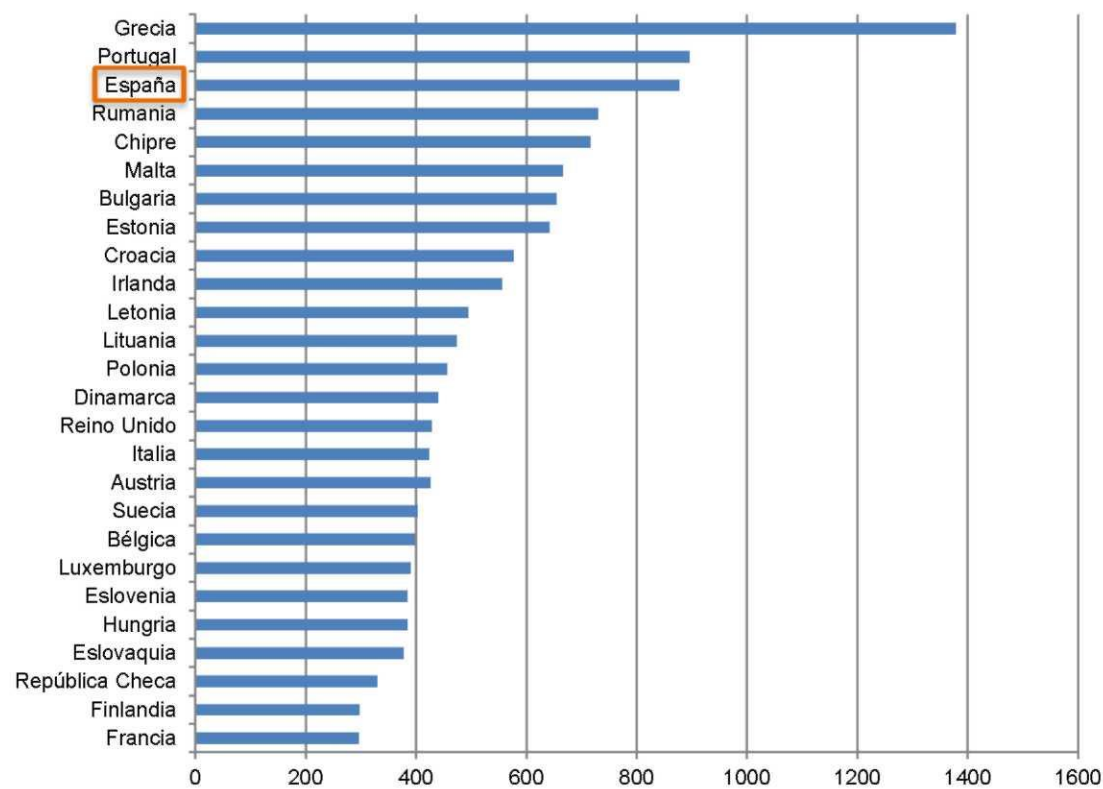
Figura 5. Variación del número de empleados de los operadores incumbentes (2012-2013)



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos estadísticos postales de la CE (DGGROWTH) y datos de la Unión Postal Universal

A pesar de que España es el quinto país respecto al número de empleados del operador incumbente después de Francia, Reino Unido, Italia y Polonia¹² en valores absolutos, se encuentra entre los países con mayor población atendida por empleado. En parte, este hecho puede explicarse por el bajo índice de utilización de los servicios de correspondencia en España.

Figura 6. Número medio de habitantes por empleado del operador incumbente (2013)

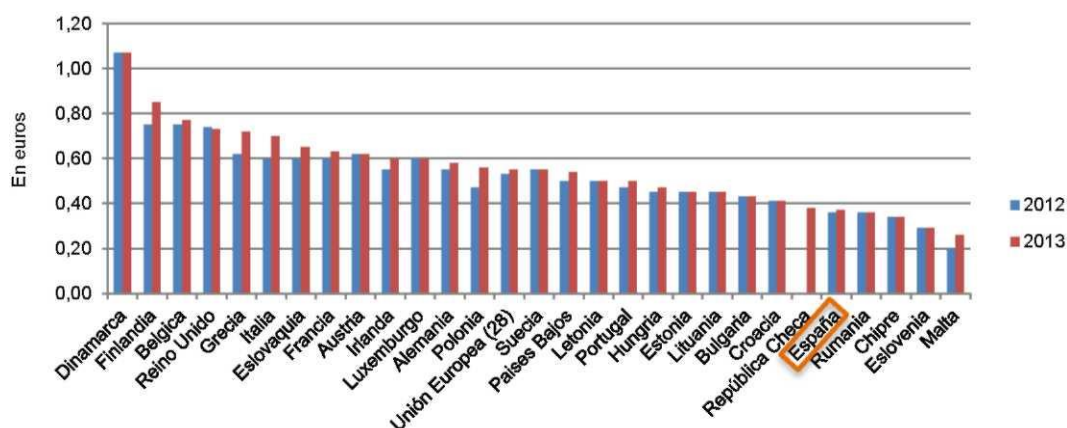


Fuente: Elaboración propia a partir de los datos estadísticos postales de la CE (DGGROWTH), datos de la Unión Postal Universal y datos de EUROSTAT

Precio medio de la carta

El precio medio de la carta con origen y destino nacional de menos de 20 gramos en la UE ha sido de 55 céntimos de euro, 2 céntimos de euros más que en el ejercicio 2012. Solamente en Reino Unido han bajado los precios. En España, el envío de una carta doméstica costaba, en 2013, 37 céntimos de euro. Sin embargo, debe señalarse que la comparación no es siempre homogénea, ya que mientras que en la mayoría de los países existen dos categorías de envíos de correspondencia y los precios indicados corresponden a la modalidad más rápida, en otros países, como es el caso de España, no existe dicha distinción.

Figura 7. Precio medio de la carta ordinaria de 20 gramos (2013)



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos estadísticos postales de la CE (DGGROWTH)

1. 2. El sector postal en España

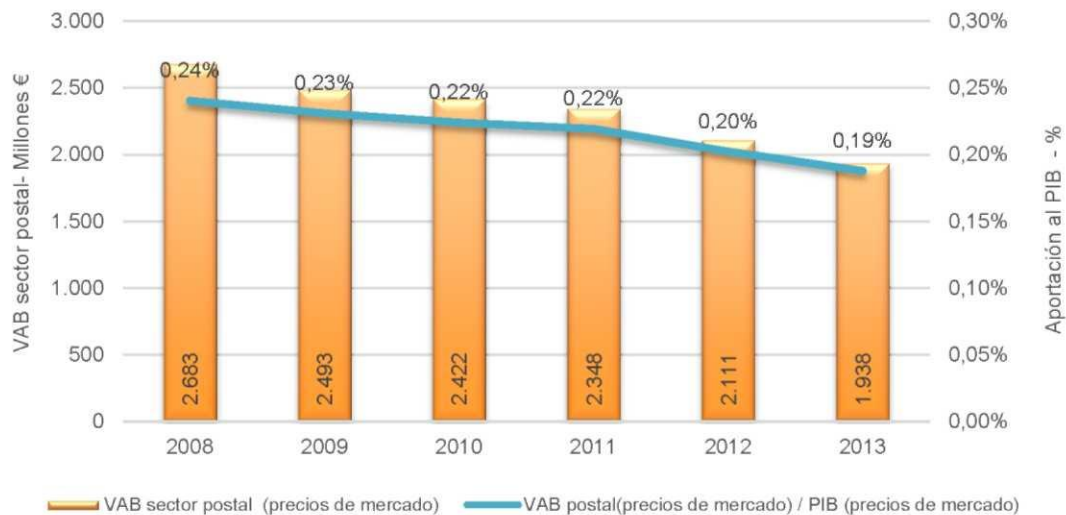
Aportación del sector postal a la actividad económica

A continuación se exponen los principales indicadores macroeconómicos referentes a la "Actividad Postal" publicados por el INE. Este apartado se refiere a las actividades desarrolladas por las empresas incluidas en la división 53 (Actividades postales y de correos) de la Clasificación Nacional de Actividades Económicas de 2009 (CNAE-2009). Estos datos no corresponden de forma exacta al mercado aquí estudiado por dos motivos principalmente:

- Según la Encuesta Anual de Servicios del año 2013 (última publicada) el número de empresas que figura en la división 53 es de 6.440. Este dato contrasta con el número de empresas inscritas en el Registro Postal, base del análisis que en este informe se realiza, que a fecha 31 de diciembre de 2013 era de 1.418. Sin embargo, se debe señalar que, con datos del año 2012, un 79% de las empresas declaran que no disponen de autorización para prestar servicios postales aunque sólo representan el 16% del volumen total de negocio.
- Del análisis realizado por esta Comisión con datos del año 2013, se concluye que sólo el 68% de las empresas inscritas en la Sección B del Registro Postal y el 20% de las empresas inscritas en la Sección A declaran estar incluidas en la división de Actividades postales y de correos.

A pesar de las limitaciones, los datos del INE son esenciales para aproximar la importancia de este sector dentro de la economía nacional, así como reflejar la evolución de los principales indicadores. De este modo se observa que la contribución del sector al PIB ha seguido una tendencia decreciente durante los últimos años, situándose en el año 2013 en un 0,19%.

Figura 8. Aportación del sector postal al PIB español (2008- 2013)

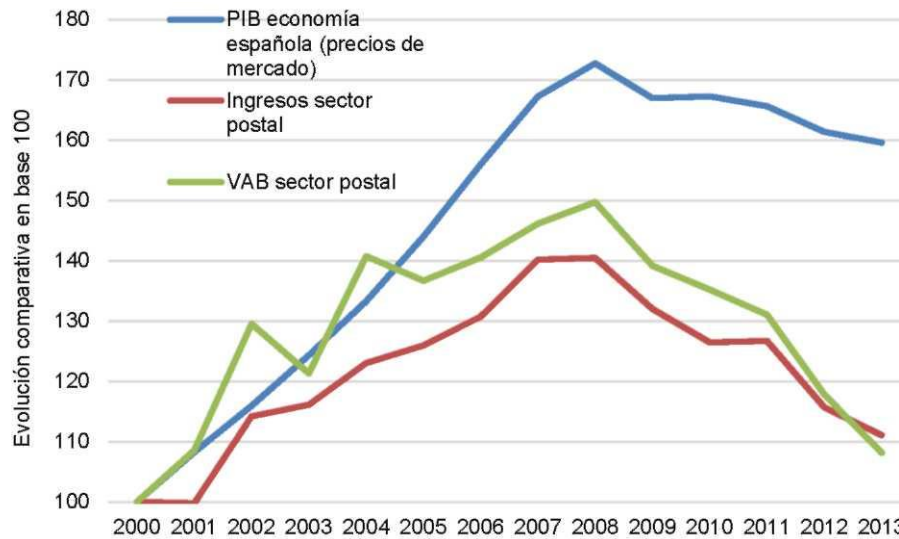


Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE.

El siguiente gráfico muestra la evolución, en base 100, del PIB de España, el valor añadido bruto a precios de mercado del sector postal así como los ingresos generados en el sector, todo ello a precios corrientes.

Aunque los tres indicadores muestran una tendencia parecida (ascendente hasta el 2008 y, coincidiendo con el inicio de la crisis económica, descendiente a partir de dicha fecha), la evolución del sector postal evidencia un mayor impacto negativo que el resto de la economía en su conjunto, lo que se podría explicar por un efecto sustitución, principalmente en el caso de las cartas y las tarjetas postales, como consecuencia de la progresiva generalización de las nuevas tecnologías en el mercado de las comunicaciones.

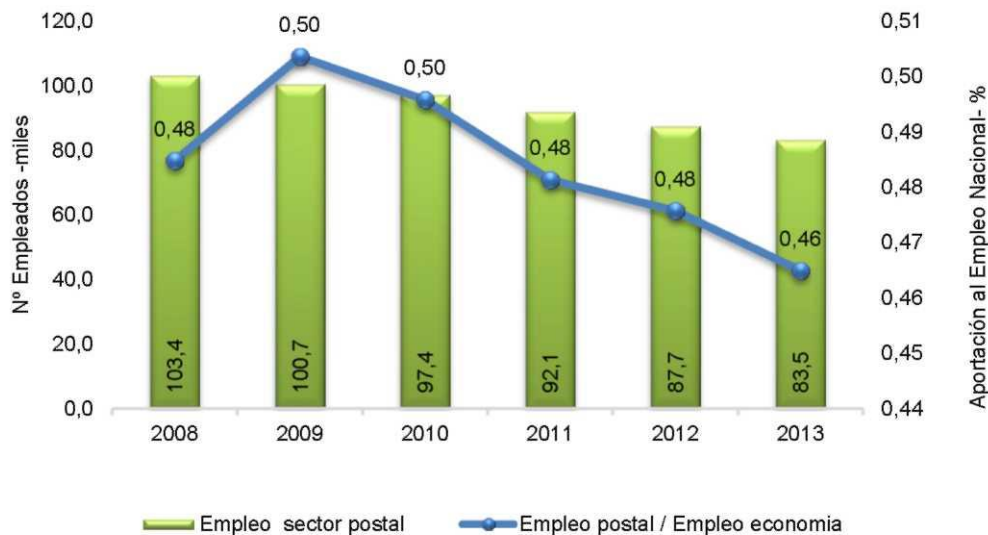
Figura 9. Evolución comparativa de PIB y volumen de ingresos (2000-2013)



Fuente: Elaboración propia con datos del INE.

Por otro lado, la contribución de los servicios postales al empleo nacional también evidencia el mismo patrón de comportamiento, experimentando una disminución paulatina desde el año 2009, pasando de aportar un 0,50% en dicho año, a un 0,46% en el año 2013.

Figura 10. Aportación del sector postal al empleo en España (2008-2013)



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE.

Sector postal tradicional

Como se ha señalado anteriormente, los envíos postales característicos de este segmento son las cartas y tarjetas postales y la publicidad directa, cuya entrega se realiza a través de casilleros domiciliarios. También se incluyen en este segmento las cartas certificadas y las notificaciones administrativas.

Operan en este segmento el operador público, la Sociedad Estatal Correos y Telégrafos, S.A. (en adelante la Sociedad Estatal Correos), así como operadores privados con o sin red de distribución.

Operador público

La Ley Postal en su disposición adicional primera establece que la Sociedad Estatal Correos tiene la condición de operador designado por el Estado para prestar el servicio postal universal, por un período de 15 años a partir del 1 enero de 2011, quedando sujeto a las obligaciones que se señalan en la Ley.

Dicha Sociedad Estatal es el principal operador del sector postal tradicional. Pertenece al Grupo Correos, cuyo accionista único es la Sociedad Estatal de Participaciones Industriales (SEPI) y que se está compuesta por cuatro empresas: la Sociedad Estatal Correos, Correos Express Paquetería Urgente, S.A., Nexea Gestión Documental, S.A. y Correos Telecom, S.A.

La red postal

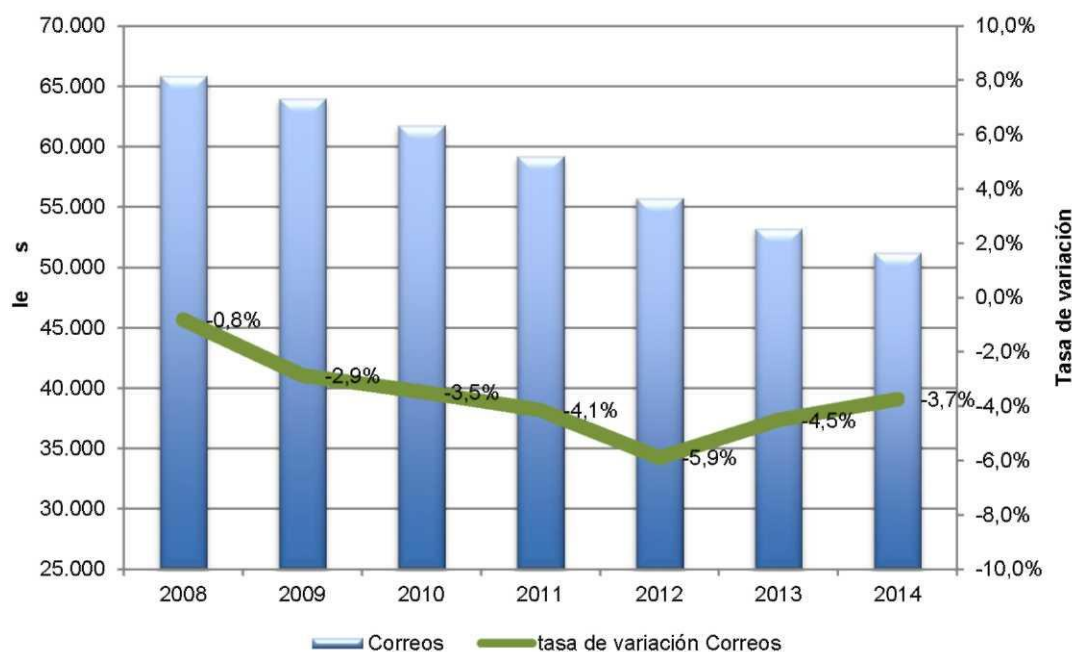
De acuerdo con la Memoria del Grupo Correos, la red postal se caracteriza por su gran capilaridad y cobertura territorial; en 2014 contaba con 9.054 puntos de atención (2.384 oficinas multiservicio y 6.670 servicios rurales), 1.802 unidades de reparto, 100 unidades de servicios especiales y 18 centros de tratamiento automatizado postal y de paquetería.

Figura 11. Evolución del número de puntos de atención (2008-2014)



Por último, en el año 2014, la Sociedad Estatal Correos ha contado con una plantilla de 51.275 efectivos medios, de los cuales un 64% son carteros. El progresivo ajuste en el empleo que ha ido efectuando en los últimos años se refleja en la evolución descendente del número de empleados, con crecimientos negativos de hasta un 6%.

Figura 12. Evolución del número de empleados (2008-2014)



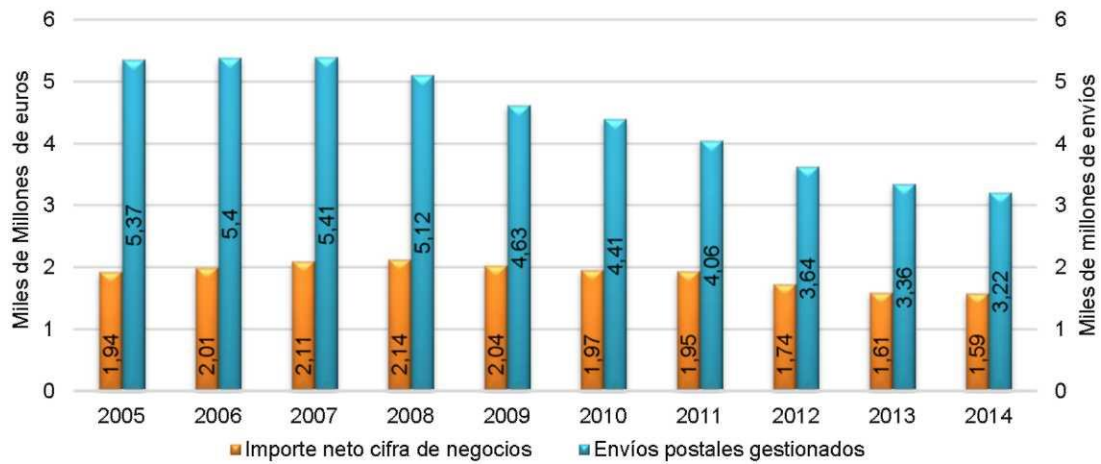
Fuente: Elaboración propia a partir de datos aportados por la Sociedad Estatal Correos

Importe neto de la cifra de negocios y actividad postal

En el ejercicio 2014, el importe neto de la cifra de negocios de la Sociedad Estatal Correos ha ascendido a 1.590 millones de euros y ha gestionado 3.216 millones de envíos.

Como se puede observar en el gráfico siguiente, desde el año 2008 la evolución de los resultados del operador designado, relativos tanto al importe neto de la cifra de negocios, como al volumen de envíos gestionados ha sido negativa. La cifra de envíos no incluye los envíos electorales.

Figura 13. Evolución del importe neto de la cifra de negocios y número de envíos de la Sociedad Estatal Correos (2005-2014)



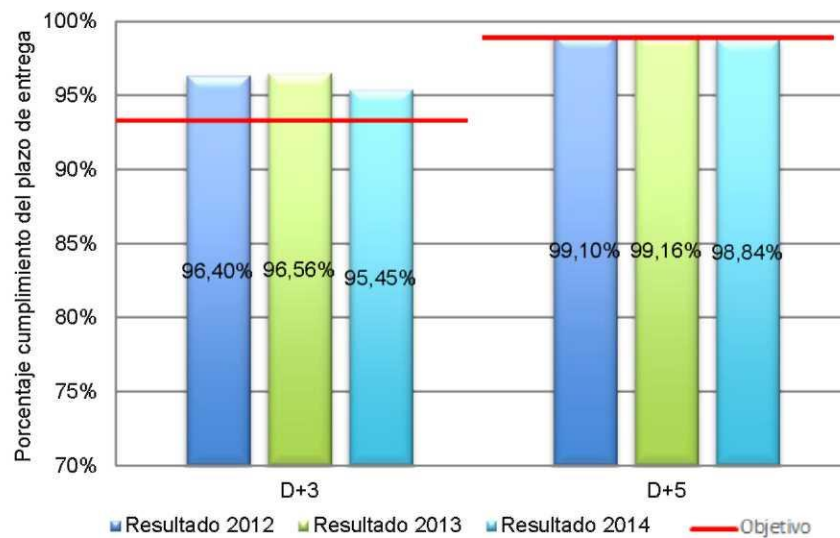
Calidad del servicio postal universal

La CNMC, en cumplimiento de lo establecido en el apartado 5 del artículo 8 de su Ley de creación, lleva a cabo el control y medición de las condiciones de prestación del servicio postal universal por parte de la Sociedad Estatal Correos como operador designado.

Como hizo público la CNMC en su informe del 9 de julio de 2015, sobre el control y medición de los indicadores de calidad del servicio postal universal correspondientes al ejercicio 2014, durante el año 2014 el 95,45% de las cartas enviadas y el 80,09% de los paquetes llegaron a su destino en tres días o menos, cumpliéndose así los objetivos legalmente establecidos.

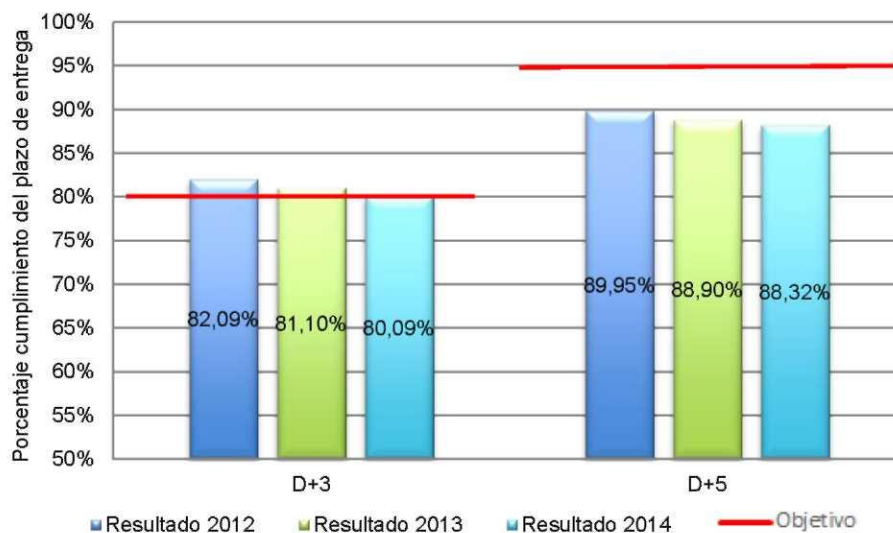
Sin embargo, sólo el 98,84% de las cartas y el 88,32% de los paquetes se entregaron en cinco días o menos, lo que supone una desviación negativa de 0,16 y 6,68 puntos porcentuales respectivamente respecto a los objetivos legales. En ambos casos, se ha producido un empeoramiento de la calidad en comparación con el ejercicio anterior.

Figura 14. Plazo medio de entrega carta ordinaria (2012-2014)



Fuente: "Informe sobre el control y medición de los indicadores de calidad del servicio postal universal correspondientes al ejercicio 2014" CNMC Julio 2015

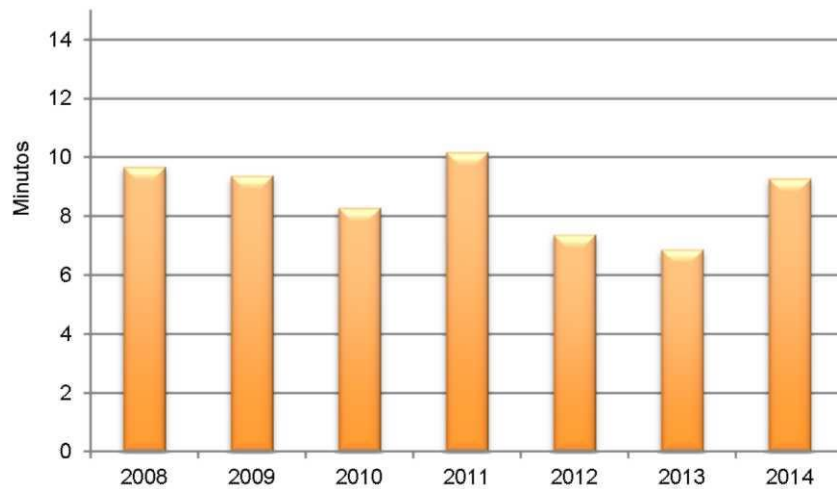
Figura 15. Plazo medio de entrega paquete postal (2012-2014)



Fuente: "Informe sobre el control y medición de los indicadores de calidad del servicio postal universal correspondientes al ejercicio 2014" CNMC Julio 2015

Por otra parte, el tiempo medio de atención ordinaria al usuario en las oficinas y locales de Correos, desde el año 2008 se mueve en una horquilla que va de los 7 a los 10 minutos, situándose en el año 2014 en los 9,3 minutos

Figura 16. Evolución del tiempo de espera en las oficinas postales (2008-2014)



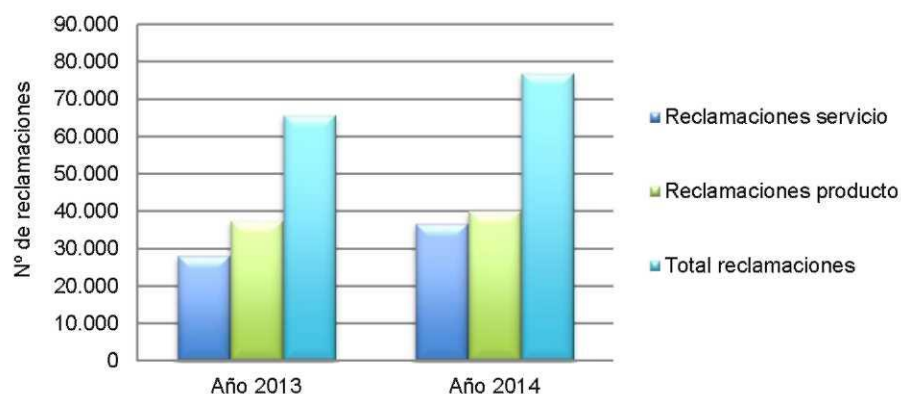
Fuente: "Informe sobre el control y medición de los indicadores de calidad del servicio postal universal correspondientes al ejercicio 2014" CNMC Julio 2015

Por último, la Sociedad Estatal Correos, recibió 77.103 reclamaciones relativas al servicio postal universal durante el año 2014.

Como se explicó en el informe de julio de 2015 de esta Comisión, la Sociedad Estatal Correos distingue entre reclamaciones de servicio que, al no poder asignarse a un producto concreto, engloban la totalidad de las reclamaciones sin poder especificar cuántas de ellas están motivadas por servicios incluidos en el ámbito del servicio postal universal y reclamaciones de producto, correspondientes a los productos pertenecientes al ámbito del servicio postal universal que tienen trazabilidad, es decir, aquellos productos de los que resulta posible hacer un seguimiento.

A continuación se muestran los datos comparativos de los años 2013 y 2014:

Figura 17. Número de reclamaciones (2013-2014)



Operadores privados

Como se ha señalado anteriormente, la mayor parte de los productos del sector postal tradicional están incluidos dentro del ámbito del servicio postal universal, por lo que las empresas que prestan servicios de este segmento disponen de autorización administrativa singular. El número de empresas con autorización administrativa singular (inscritas en la sección B), a 1 de enero de 2014, era de 394 empresas. El mayor número se concentra en Cataluña seguido por la Comunidad de Madrid, tal y como se señaló en el informe de esta Comisión de diciembre de 2014.

Las empresas que prestan estos servicios se pueden clasificar según el tipo de red en el que operan:

- **Empresas *end to end*:** realizan la totalidad de las actividades postales, desde la recogida y admisión hasta la distribución. Su ámbito de actuación puede ser nacional, regional o local.
- **Empresas consolidadoras:** disponen de red de recogida, pero no de reparto, entregando los envíos admitidos a otros operadores postales para su distribución final. Dentro de este grupo existen dos tipologías de empresas. Por un lado, las que operan dentro del ámbito nacional, ya que la correspondencia que admiten, en su mayoría con destino dentro de España, la entregan a operadores nacionales. Por otro lado, las de ámbito internacional, que gestionan, mayoritariamente, correspondencia con destino fuera de España.

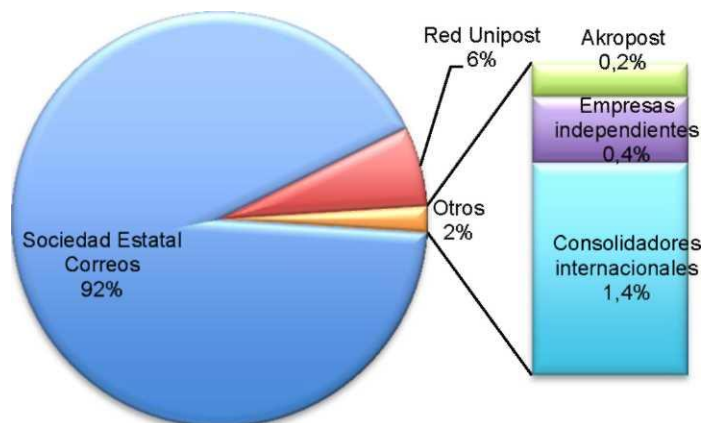
Principales indicadores del sector postal tradicional

La metodología utilizada para el cálculo de los datos sobre ingresos y envíos que se presentan a continuación es la que resulta del Informe "[Análisis del sector postal y del sector de la mensajería y paquetería: metodología utilizada y resultados obtenidos](#)" de diciembre de 2014. De acuerdo con la citada metodología, cuyo universo de estudio, para este segmento, es la Sección B del Registro Postal, se ha solicitado información a 14 operadores. Ello ha permitido, tras una fase de análisis y validación, el cálculo de los principales indicadores del sector.

A) INGRESOS

La facturación total por la prestación de servicios en este sector ha sido en el año 2014 de 1.358 millones de euros, un 4,4% menos que en el ejercicio anterior, de los cuales 1.246 corresponden a la Sociedad Estatal Correos. La cuota de mercado del operador público es, por tanto, del 92%, sin prácticamente variación respecto al año anterior.

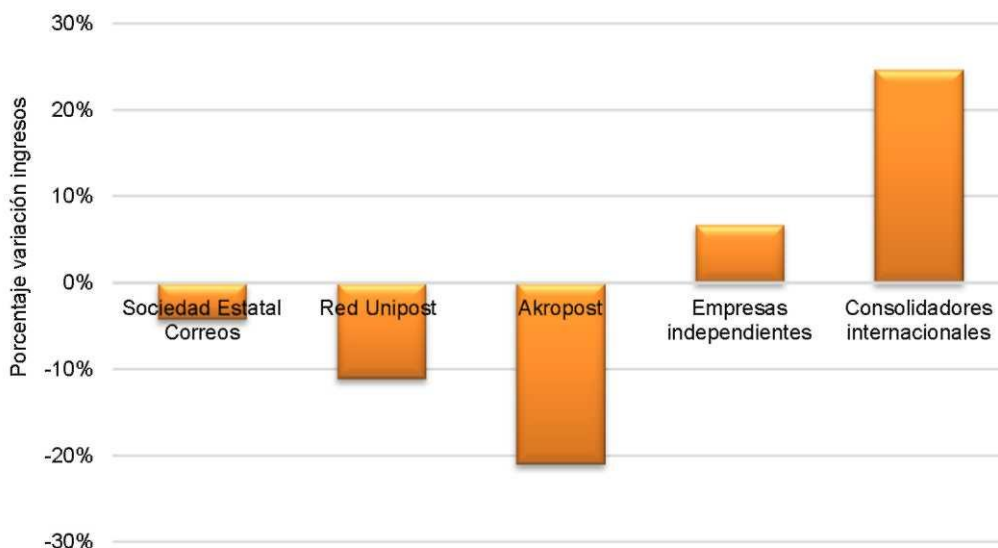
Figura 18. Cuota de mercado según ingresos del sector postal tradicional (2014)



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

Sin embargo, esta caída del 4,4% no se ha repartido por igual en las distintas tipologías de operadores, siendo los consolidadores internacionales los que mejores resultados han obtenido, con un crecimiento del 25% en sus ingresos.

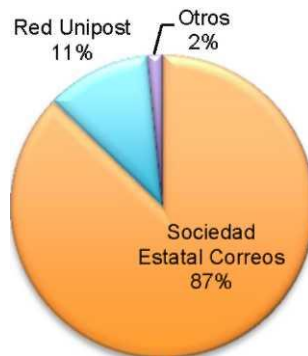
Figura 19. Tasa de variación de los ingresos (2013-2014)



B) ENVÍOS

El número de envíos de correspondencia gestionados durante el año 2014 ha disminuido en el mismo porcentaje que la facturación, es decir, un 4,4%, alcanzando la cifra de 3.664 millones de envíos. La cuota de mercado de la Sociedad Estatal Correos se mantiene en el 87%.

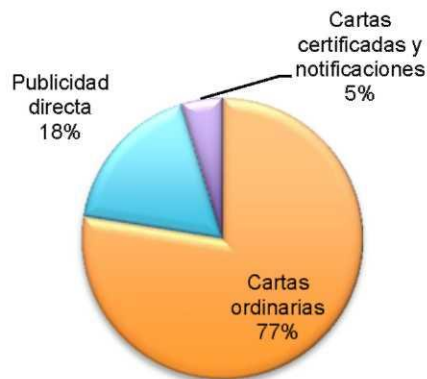
Figura 20. Cuota de mercado según número de envíos del sector postal tradicional (2014)



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

Por su parte, la distribución por tipo de producto se mantiene similar a la del ejercicio anterior.

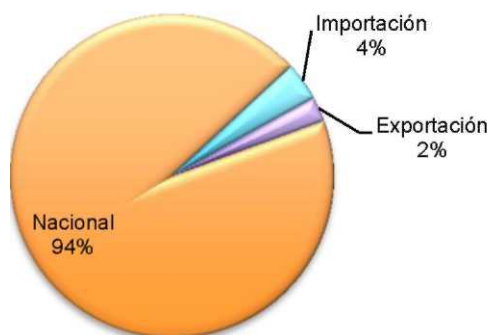
Figura 21. Distribución del número de envíos según productos del sector postal tradicional (2014)



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

Sin embargo, el porcentaje de envíos con origen y destino nacional ha disminuido un 1%, aumentando en esa misma proporción los envíos procedentes de otros países.

Figura 22. Distribución del número de envíos según origen y destino de los envíos del sector postal tradicional (2014)

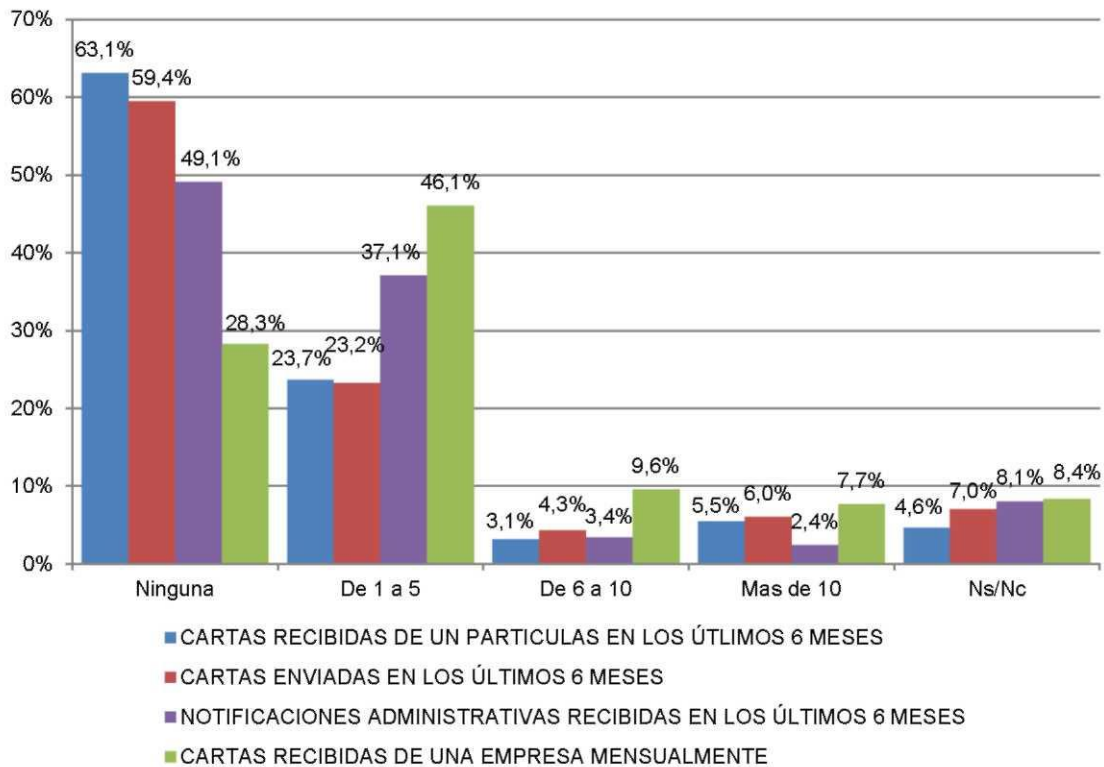


Fuente: Elaboración propia a partir de los datos aportados por las empresas

Uso de los servicios postales tradicionales

Como se ha visto a lo largo de este apartado, la carta es un servicio cada vez más en desuso, motivado principalmente por el efecto sustitución de las comunicaciones electrónicas. Efectivamente, tal y como se recoge en el Panel de Hogares (encuesta a hogares e individuos de periodicidad semestral) que esta Comisión publicó en noviembre de 2015, en los últimos seis meses el 63% de la población no ha recibido ninguna carta de un particular y el 59% no ha enviado ninguna carta. Asimismo, casi la mitad de la población no ha recibido ninguna notificación de las Administraciones Públicas en los últimos seis meses y el 28% no ha recibido ninguna carta de una empresa en el último mes.

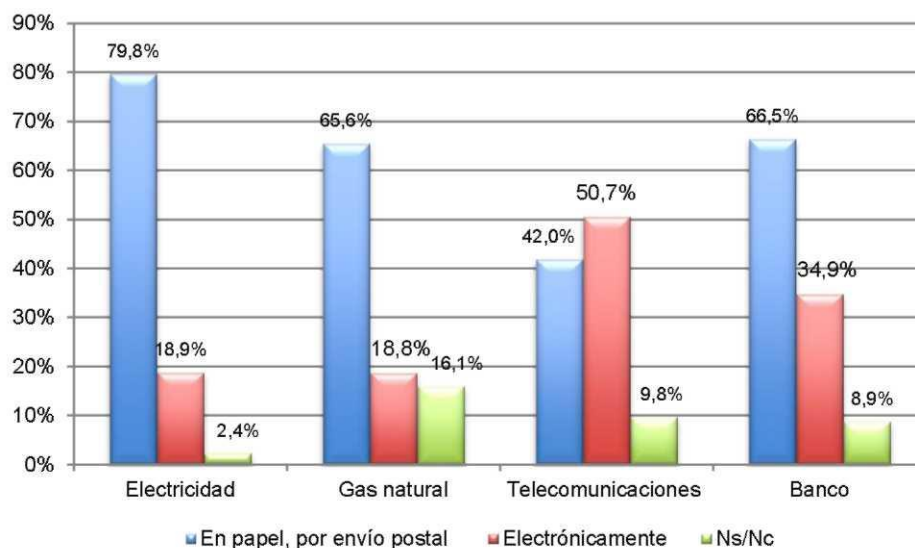
Figura 23. Porcentaje de población que ha recibido o enviado alguna carta



Fuente: Panel de Hogares CNMC - Noviembre 2015

Estos datos concuerdan con la tendencia de sustitución de las facturas remitidas por correo postal por las facturas electrónicas. El sector con mayor penetración de facturas electrónicas es el sector de las telecomunicaciones, con un 51% de los hogares.

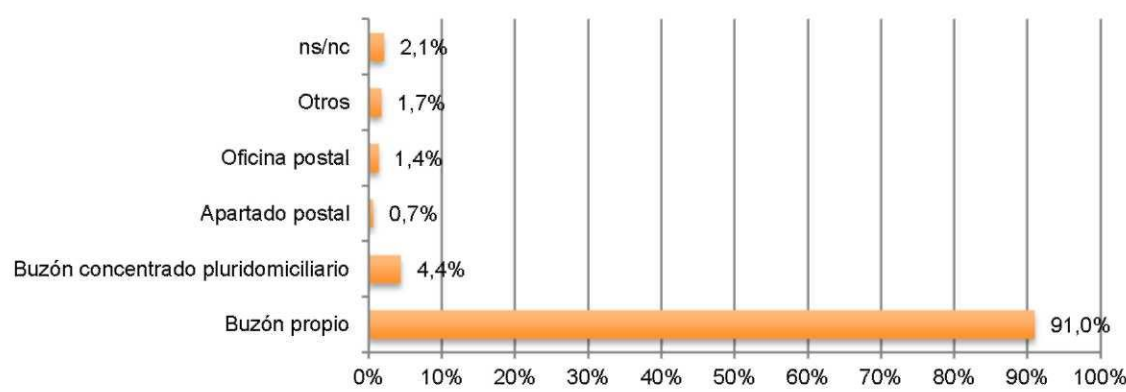
Figura 24. Porcentaje de hogares según tipo de factura recibida



En el 44% de los hogares con alguna factura electrónica, el entrevistado declara que no hubo solicitud previa por parte del interesado para recibir las facturas de forma telemática y, en el 20% de las ocasiones, que no hubo información previa. El 41% declara estar satisfecho o muy satisfecho con la factura electrónica frente al 21% que está poco o nada satisfecho.

Respecto al lugar de recepción de la correspondencia, cabe destacar que el 4,4% de la población la recibe en buzones concentrados pluridomiciliarios (batería de buzones situada cerca de su domicilio, pero no en su vivienda o portal), el 0,7% en apartados postales y el 1,4% en oficinas postales.

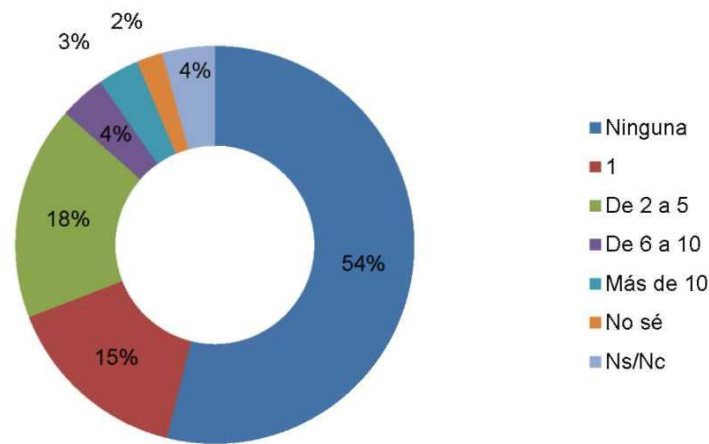
Figura 25.Lugar de recepción de la correspondencia



Fuente: Panel de Hogares CNMC - Noviembre 2015

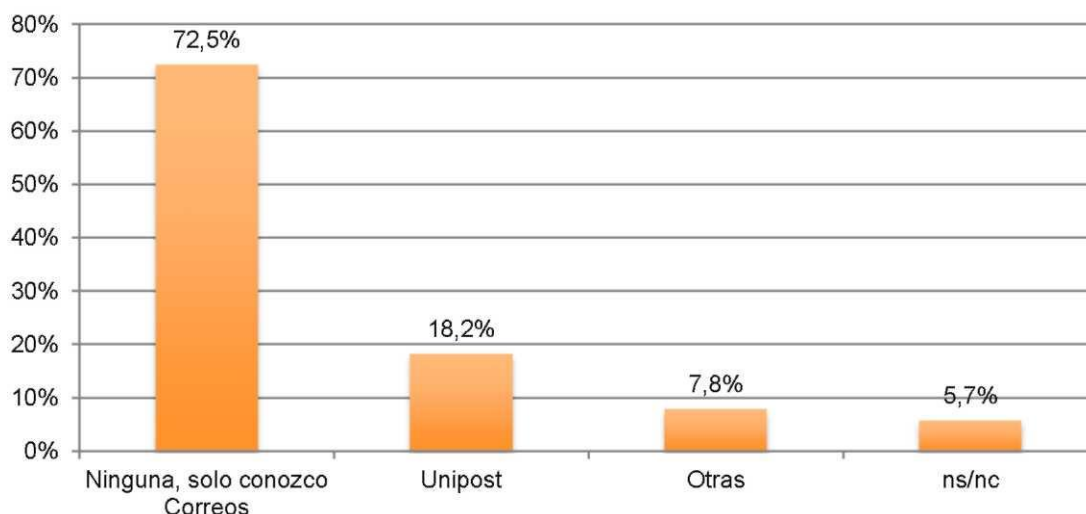
Por último, el 54% de la población no ha visitado una oficina postal en los últimos 6 meses y solo el 7% lo ha hecho 6 o más veces en los últimos seis meses, lo que supone, de media, al menos una vez al mes.

Figura 26.Porcentaje de personas que han visitado una oficina en los últimos seis meses



Respecto al conocimiento de otros operadores postales, cabe destacar que un 73% de los encuestados afirma no conocer otras empresas dedicadas al correo postal que no sea Correos, mientras un 26% señala que conoce a otro operador.

Figura 27.¿Qué empresas de correo postal conoce?



Servicios urgentes y de paquetería - Segmento CEP

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

Operadores del segmento CEP

Estas empresas se inscriben en la Sección A del Registro Postal que, a 1 de enero de 2014, ascendieron a 1.024 empresas. La mayoría de estas empresas son agentes o empresas franquiciadas de grandes redes de distribución.

Tal y como resulta del Informe de diciembre de 2014 "[Análisis del sector postal y del sector de la mensajería y paquetería: Metodología utilizada y resultados obtenidos](#)", los principales grupos o redes de distribución de este segmento que operan en España se pueden clasificar en los siguientes grupos:

A) INTEGRADORES

Son grandes operadores especializados en el reparto urgente de paquetería internacional. Estos operadores tienen sus propias flotas de aviones cargueros por lo que se caracterizan por disponer de pleno control operativo de la logística de los envíos de paquetería, de origen a destino, incluido

el transporte aéreo. Son operadores especializados en el transporte internacional. Actualmente existen cuatro integradores, el grupo alemán DHL, el holandés TNT y las firmas americanas UPS y Fedex, que podrían reducirse a tres en caso de culminar la compra por parte de la compañía norteamericana Fedex de la empresa holandesa TNT Express.

De acuerdo con los datos facilitados por las empresas, los ingresos obtenidos por los integradores en España durante el año 2014 han disminuido un 4% respecto al ejercicio anterior, ascendiendo a 1.040 millones de euros. El número de envíos también ha disminuido en un 7%, gestionando 49,7 millones de envíos, de los cuales, el 59% han tenido origen o destino fuera de España.

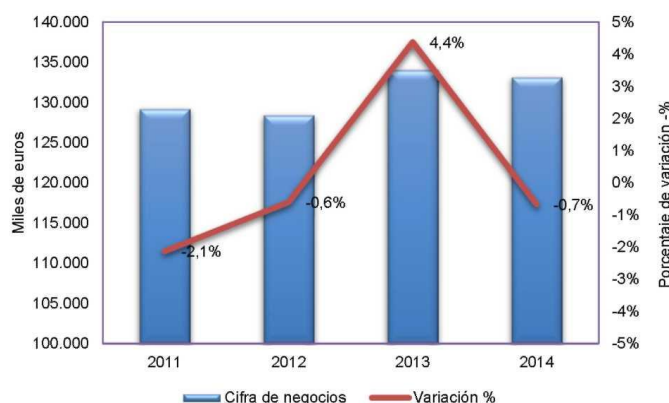
B) OPERADOR PÚBLICO

El Grupo Correos está presente en este segmento a través de dos sociedades. Por un lado, la filial Correos Express Paquetería Urgente S.A., que ofrece productos con plazos de entrega inferiores a 24 horas (Paq10, Paq14 y Paq24). Por otro lado, la matriz, la Sociedad Estatal Correos, completa la oferta, entre otros, con productos con compromisos de entrega superiores (Paq Premium y Paq Estándar) además del paquete azul, que es el paquete incluido dentro del ámbito del servicio postal universal. Todos estos productos incluyen la posibilidad de elegir entre varios servicios opcionales añadidos.

En conjunto, ambas empresas han gestionado, en 2014, un total de 50 millones de envíos CEP, dato que se ha incrementado en un 4% respecto al año anterior.

Los datos de facturación total de la Sociedad Estatal Correos se han reflejado en el apartado dedicado al operador público, siendo los ingresos por paquetería del 8,7%. Por otro lado, la facturación de Correos Express ha disminuido cerca de un punto porcentual respecto al ejercicio anterior, alcanzando en el 2014 un importe neto de la cifra de negocio de 133 millones de euros.

Figura 28. Evolución del importe neto de la cifra de negocio de Correos Express (2011-2014)



C) 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.

Dentro de este grupo se encuentran empresas como el grupo SEUR, que se creó en 1942, constituido inicialmente por un grupo de franquicias propiedad de los propios franquiciados. En 2004 entró en su accionariado la empresa GeoPost España (filial del operador público francés LaPoste) que va teniendo cada vez una participación mayor por la progresiva adquisición de empresas franquiciadas, alcanzando a mediados del año 2015 el 72% de la compañía.

Dentro de este grupo se encuentran también empresas de capital español, como son MRW, Nacex, Tinsa, Envialia y Halcourier, y otras como Tourline (del operador público portugués CTT) o ASM (de capital suizo pertenece al grupo suizo Betlen AG).

Este tipo de operadores han experimentado un incremento en el número de envíos del 16%, alcanzando en el año 2014 un total de 157 millones de envíos gestionados.

D) OPERADORES INDEPENDIENTES

En este apartado se agrupan empresas que trabajan de forma independiente sin una red de franquicias aunque sus características son heterogéneas, tal y como se señaló en el análisis realizado el año anterior.

Así, se incluyen en este grupo empresas españolas que mayoritariamente admiten y reparten envíos nacionales (Zeleris del Grupo Telefónica, Redyser, Sending o ICS), General Logistics Systems Spain S.L. (GLS) de la empresa holandesa General Logistics Systems, B.V. (participada a su vez en un 49% por el grupo Royal Mail) cuyos envíos son principalmente internacionales y empresas más pequeñas con facturaciones inferiores a 5 millones de euros.

En el año 2014 han gestionado 21 millones de envíos, lo que supone un incremento del 28% respecto al ejercicio 2013. En total han facturado 127 millones de euros por servicios de paquetería y envíos urgentes.

E) OPERADORES DEL SERVICIO POSTAL TRADICIONAL

Además de la Sociedad Estatal Correos, cuyos datos se incluyen en el apartado de Operador Público, las empresas del sector postal tradicional también ofrecen, de forma residual, servicios de paquetería, si bien el volumen es muy bajo. En el año 2014, estas empresas gestionaron 162.960 envíos.

Principales indicadores del segmento CEP

De acuerdo con la metodología que se expone, para el cálculo de los indicadores del segmento CEP se ha tenido en cuenta la información recogida, analizada y validada sobre la totalidad de la red de las 25 empresas matrices que forman parte de las principales redes de envíos urgentes y paquetería en España. Como ya se ha indicado y por razones de sustituibilidad, se incluyen también los datos relativos a paquetería de las empresas del sector postal tradicional.

Aunque todas las empresas pertenecen al mercado CEP, la heterogeneidad de la oferta de servicios, tanto desde un punto de vista del tamaño, peso, características especiales del transporte y destinos, así como la diversidad en la configuración de las redes, hace compleja la comparabilidad de unas empresas con otras, no siendo posible, con los datos facilitados por las empresas, calcular cuotas de mercado según los ingresos.

Un caso claro es el de las empresas franquiciadoras. Los datos que las empresas matrices reportan sobre sus ingresos no representan la totalidad de los ingresos obtenidos por la red, ya que faltaría la parte correspondiente a las empresas franquiciadas, de la que, en algunos casos, las empresas matrices no disponen. Por otro lado, existen empresas filiales de grupos internacionales cuya facturación no siempre se corresponde con la actividad generada en España ya que disponen de acuerdos especiales con otras empresas del grupo.

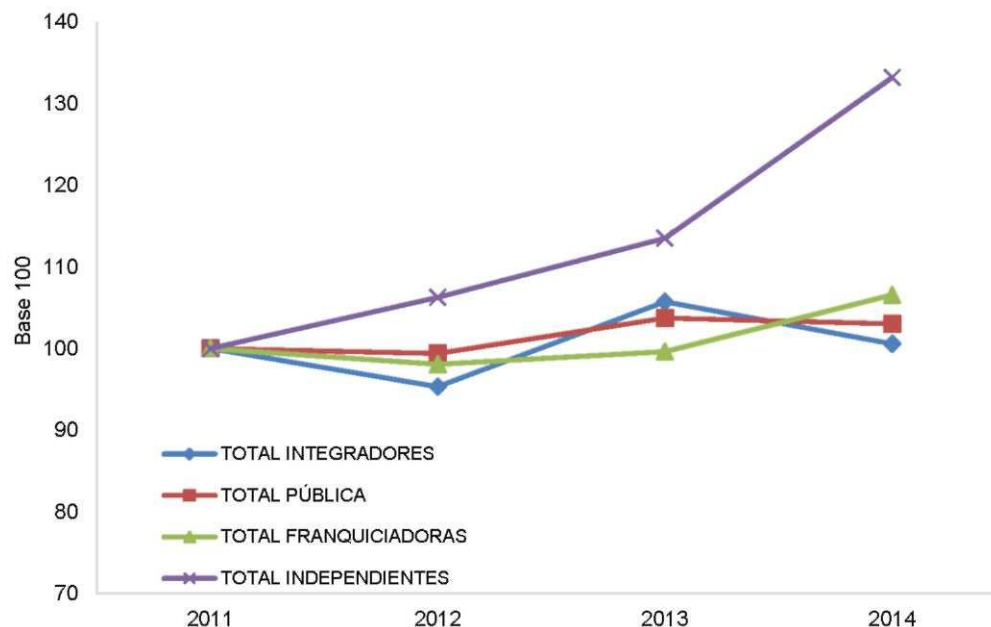
A diferencia de las cifras sobre facturación, la contabilización del número de envíos es más sencilla. Por un lado, en el caso de redes franquiciadas, el número de envíos que no pasa por la central de distribución se estima muy bajo, por lo que los datos que reportan las empresas matrices se ajustan en gran medida al volumen gestionado por la red y por otro, la contabilización de los envíos, en el caso de redes internacionales, que se gestionan en España no ofrece dificultades. En consecuencia, la suma del número de envíos de las empresas seleccionadas es una buena aproximación a la realidad del mercado. Sin embargo, la calidad de los datos reportados no ha sido suficiente para poder segmentar el número de envíos según su peso.

A) INGRESOS

Los ingresos totales por las actividades de paquetería y envíos urgentes de las empresas estudiadas en 2014 ascendieron a 2.406 millones de euros, lo que supone un crecimiento del 1,4% respecto al ejercicio anterior.

Aunque, con los datos disponibles, no ha sido posible el cálculo de cuotas de mercado, es interesante analizar la evolución de los importes netos de la cifra de negocios, teniendo en cuenta únicamente los datos de las empresas matrices. La tendencia, respecto al año base, ha sido positiva en todas las tipologías, excepto para los integradores, destacando el incremento, en términos relativos, de las empresas independientes aunque dicho incremento no se refleje en la tendencia global debido al bajo peso que este grupo representa.

Figura 29. Evolución de ingresos de las empresas matrices, segmento CEP. Base 100 (2011-2014)



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

B) ENVÍOS

El número de envíos gestionado asciende a 278 millones. La evolución positiva de este segmento, con un aumento del 10% respecto al año anterior, contrasta con la tendencia continua a la baja del sector postal tradicional. El comercio electrónico está teniendo un impacto muy positivo en esta tendencia.

Cabe destacar, sin embargo, la distinta evolución entre ingresos y envíos de este segmento, debido a la disminución de los precios. Uno de los principales motivos de esta disminución en los ingresos unitarios está en el comercio electrónico, motivada por la presión por no encarecer en exceso el precio de la compra con los gastos de envíos.

Sin embargo, el paquete incluido dentro del ámbito del servicio postal universal, que, al contrario del resto del segmento CEP, no tiene un compromiso de entrega en un plazo determinado y por tanto carece de indemnización en caso de retraso²⁰, ha experimentado una evolución negativa, contraria al resto del sector, con una caída de más del 4%, si bien su peso dentro del segmento CEP es inferior al 2%.

La distribución por número de envíos, según tipología de empresas, ha variado respecto al año anterior, aumentando en tres puntos porcentuales la cuota respecto al número de envíos gestionados por las redes de franquicias.

Figura 30. Distribución del número de envíos CEP según tipología de operadores (2014)



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

Respecto a la segmentación por origen y destino, el porcentaje de envíos de importación ha aumentado un punto y medio, en detrimento de los envíos con origen y destino nacional.

Figura 31.Distribución del número de envíos según origen y destino –CEP (2014)

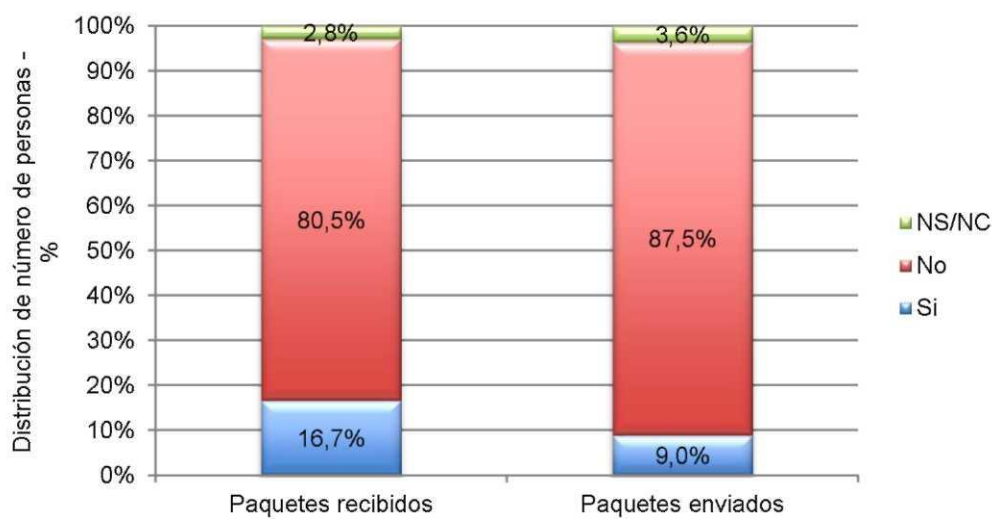


Fuente: Elaboración propia a partir de los datos aportados por las empresas

Uso de los servicios de paquetería

El uso de los servicios de paquetería por parte de los particulares, sin incluir las recepciones de paquetería de comercio electrónico, es muy bajo. En los últimos seis meses, el 87,5% de los encuestados no ha enviado ningún paquete y el 80,5% no ha recibido ninguno.

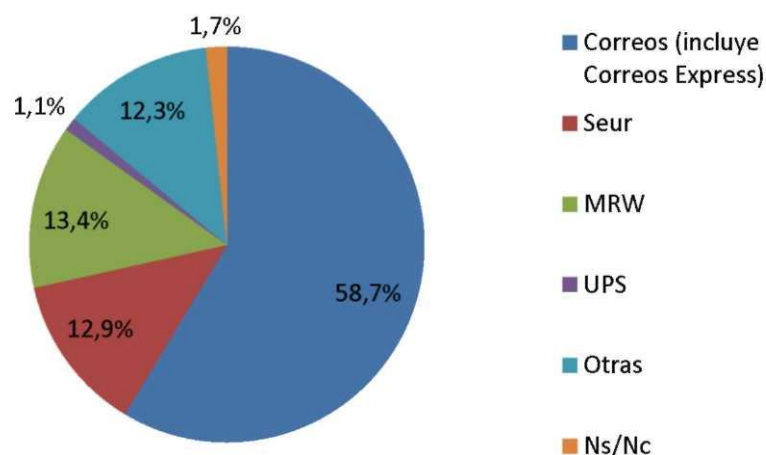
Figura 32.Porcentaje de personas que han enviado recibido paquetes en los 6 últimos meses



Fuente: Panel de Hogares CNMC - Noviembre 2015

Un 59% de los encuestados realizó su último envío de paquetes recurriendo a Correos, seguido por MRW y Seur con un 13% cada uno.

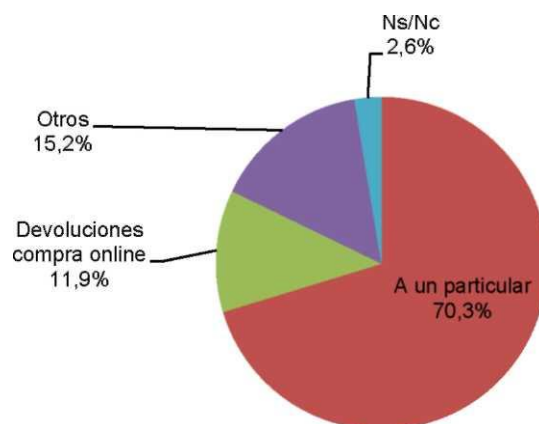
Figura 33. Empresas con las que realizó el último envío



Fuente: Panel de Hogares CNMC - Noviembre 2015 (Individuos que han enviado un paquete en los últimos seis meses)

Respecto a los destinatarios de los envíos de paquetes, el 70,3% de los envíos se hicieron entre particulares, mientras que un 11,9% correspondieron a devoluciones de compras realizadas por internet.

Figura 34. Destinatario del último envío de paquetes

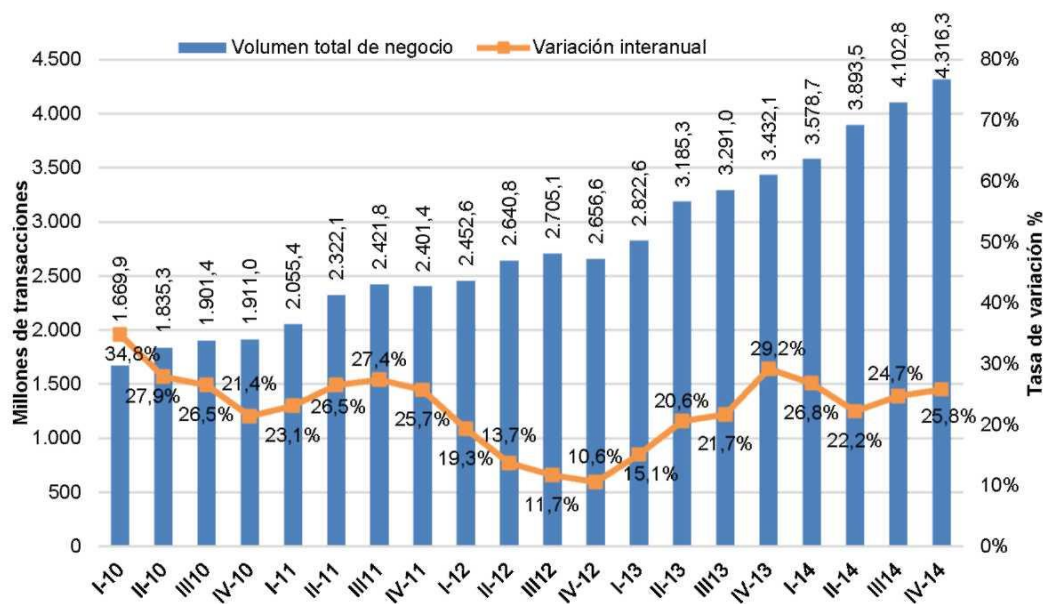


Fuente: Panel de Hogares CNMC - Noviembre 2015

Comercio electrónico

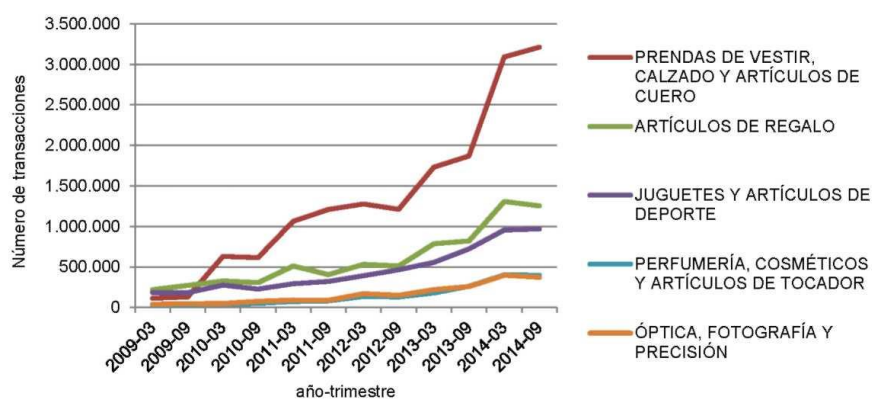
De acuerdo a los datos publicados por esta Comisión²¹, en el año 2014, los ingresos del comercio electrónico en España realizado a través de tarjetas bancarias de pago, alcanzaron los 15.891 millones de euros, con un aumento del 20% respecto al ejercicio anterior. El número de transacciones realizadas durante ese año ascendieron a 241 millones, de las cuales, un 36% corresponden a compras realizadas dentro de España, el 57% a compras realizadas desde España hacia el exterior y el 7% de compras realizadas desde el exterior con España.

Figura 35. Evolución trimestral del número de transacciones del comercio electrónico y variación interanual (2010-2014)



En el gráfico siguiente se muestra la evolución trimestral del comercio electrónico de sectores que conllevan envíos de paquetería. Como puede observarse, son los productos relacionados con las prendas de vestir, calzado y artículos de cuero los que han registrado un mayor crecimiento.

Figura 36. Evolución semestral del comercio electrónico por producto (2009-2014)



Por otro lado, de acuerdo con el Panel de Hogares publicado en noviembre de este año, el 36,2% de la población ha realizado alguna compra de comercio electrónico en los últimos seis meses, de las cuales un 75% suponen recepción de un paquete.

Cuando se realiza una compra de comercio electrónico, no siempre el comprador tiene opciones a la hora de elegir la forma de envío. Así, solo en el 40% de los casos, el vendedor ofrece distintas posibilidades relacionadas con el plazo de entrega o el coste del envío. En el 22% de los casos se puede elegir entre varios operadores de paquetería y en el 24,5% el horario de entrega.

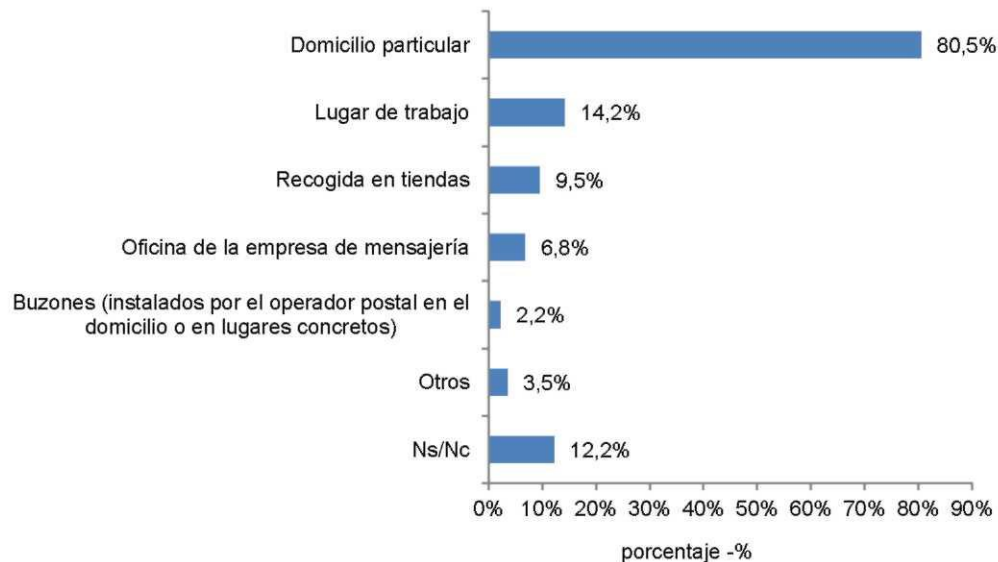
Figura 37. Opciones disponibles para el comprador en la recepción de paquetes asociados a compras online



Fuente: Panel de Hogares CNMC - Noviembre 2015 (Muestra: Individuos que han hecho alguna compra online en los últimos seis meses que comportaba la recepción de un paquete)

En relación al lugar de recepción de los paquetes, la tendencia mayoritaria es la recepción en el domicilio (80%), seguido del lugar de trabajo (14%) y la recogida en tiendas (9,5%). Cabe destacar que el 2,2% hacen uso de los buzones instalados por los operadores bien en el domicilio o en lugares públicos.

Figura 38. Lugar de recepción de los paquetes asociados a compras online



Fuente: Panel de Hogares CNMC - Noviembre 2015 (Muestra: individuos que han hecho alguna compra online en los últimos seis meses que comportaba la recepción de un paquete)

Por último, es importante destacar el hecho de que el 38% de los individuos que han realizado alguna compra online en los últimos seis meses, han recibido su compra mediante carta postal.

1. 3. Conclusiones.

Del análisis realizado se pueden extraer los siguientes aspectos más relevantes:

- Conforme a los datos de la Comisión Europea, los servicios de correspondencia están en claro retroceso en el conjunto de países de la UE-28. Así, el número de envíos de correspondencia gestionados en 2013 sufrió un descenso del 4% respecto a 2012. Por otro lado, el precio medio de la carta con origen y destino nacional de menos de 20 gramos de los países en la UE ha sido de 55 céntimos de euro, 2 céntimos de euros más que en el ejercicio 2012.
- En España en el segmento del sector postal tradicional, la facturación y número de envíos disminuyeron en 2014 un 4,4% respecto a 2013. De la facturación total por la prestación de estos servicios, 1.358 millones de euros, el 92%, correspondieron a la Sociedad Estatal Correos y Telégrafos S.A.

- El número de envíos de correspondencia gestionados en España en 2014 fue de 3.664 millones, manteniéndose la cuota de mercado de la Sociedad Estatal Correos y Telégrafos, S.A. en el 87%, seguido por Unipost que obtuvo un 11% de cuota de mercado.
- Este descenso en el uso de los servicios de correspondencia, que se ha visto paulatinamente sustituido por el empleo de medios electrónicos, se refleja en los datos del Panel de Hogares de esta Comisión. Así, en los últimos seis meses el 63% de la población no ha recibido ninguna carta de otro particular, el 59% no ha enviado ninguna y el 54% de la población no ha visitado una oficina postal.
- En el segmento de envíos urgentes y paquetería (CEP), los ingresos totales de las empresas estudiadas subieron en 2014 sólo un 1,4% respecto al ejercicio anterior, a pesar de que el número de envíos gestionado fue un 10% mayor que en 2013, ascendiendo a 278 millones.
- El 54% de los envíos CEP fueron gestionados por empresas franquiciadoras, mientras que el operador público gestionó un 18%, el mismo porcentaje que las empresas integradoras.
- En este crecimiento del número de envíos ha tenido un impacto importante la creciente relevancia del comercio electrónico en nuestro país. En el año 2014, se efectuaron más de 240 millones de transacciones, un 27% más que el año anterior.

La metodología empleada para la obtención de los indicadores del Sector Postal y del Sector de la Mensajería y Paquetería en España es la detallada en el informe que esta Comisión aprobó en diciembre de 2014: ["Análisis del sector postal y del sector de la mensajería y paquetería: metodología utilizada y resultados obtenidos"](#).

El citado estudio se realizó con la información obtenida de las empresas inscritas en el Registro Postal. A tal efecto, en el año 2014, la CNMC requirió mediante el envío de cuestionarios a 426 empresas inscritas en la Sección B del Registro, obteniendo información del 81%, y a 31 empresas inscritas en la Sección A, cuyo índice de respuesta fue el 100%.

SECTOR POSTAL TRADICIONAL

El primer análisis que se realizó con los cuestionarios recibidos de las empresas con autorización singular consistió en clasificarlas según el tipo de servicio que ofrecen o la red en que trabajan.

El segundo paso fue excluir a aquellas empresas que no eran propiamente postales o que su actividad en el sector postal tradicional era muy reducida, como era el caso de los (48) Agentes Comerciales de la Sociedad Estatal 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 vendían estampillas de operadores postales privados, empresas dedicadas a comunicaciones telemáticas fehacientes (burofax) o que declaran que en el ejercicio 2013 no han tenido actividad postal. Con este análisis fue posible concluir que las empresas con autorización singular corresponden en su mayoría a los operadores con actividad en el sector postal tradicional.

Una vez analizada la información del resto de los operadores, tal y como se detalla en el Informe de diciembre de 2014, fue posible la determinación de una muestra representativa del sector postal tradicional que permitiese recoger la información de forma asequible sin perder fiabilidad en los resultados. Además del operador público, el número final de operadores privados seleccionados para el cálculo de los indicadores del año 2013 se redujo de los 421 operadores del Registro Postal a 14, disminuyendo considerablemente, para futuros ejercicios, los recursos necesarios para la recogida de información y validación de los datos. Esto fue posible por la elevada concentración de la actividad del sector postal en muy pocos operadores.

En el siguiente cuadro se resume la justificación para la determinación de la muestra.

Figura 39. Muestra seleccionada para el cálculo de los indicadores del sector postal tradicional

Tipo	Marca	Nombre	Número de empresas de la muestra	Justificación
Operador público		Sociedad Estatal Correos y Telégrafos	1	Se excluyen los datos relativos a los productos CEP.
Empresas <i>end to end</i> de ámbito nacional		UNIPOST S.A.	1	Si solo se seleccionase a Unipost S.A., quedaría sin cuantificar la actividad del resto de la red, sin embargo, si se contabilizase la totalidad de la red, se duplicarían los datos al contar un solo envío que pase por varias empresas, más de una vez. En consecuencia, para cuantificar la actividad de red, se seleccionan a Unipost S.A. más las 6 empresas que tienen una facturación en el sector postal tradicional de más de un millón de euros. Con la inclusión de la totalidad de la actividad de estas empresas se compensa la del resto de la red anulando de esta forma efecto duplicidad.
		Empresas colaboradoras Unipost	6	
Empresas <i>end to end</i> de ámbito regional		AKROPOST SERVICIOS POSTALES DEL PAIS VASCO S.A.	1	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
Empresas <i>end to end</i> de ámbito local	Empresas especializadas en notificaciones administrativas		3	Se selecciona a 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.
	Otras empresas independientes		0	No se selecciona ninguna empresa de este tipo porque son 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.
Empresas consolidadoras de ámbito internacional		ASENDIA S.L.U.	1	Consolida envíos de otros operadores postales. No se incluye en la muestra para evitar la duplicidad de los datos.
		SPRING GLOBAL MAIL	1	
		DEUTSCHE POST	0	
Empresas consolidadoras de ámbito nacional	Agentes comerciales de Correos		0	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.
	Otras empresas consolidadoras		0	

SECTOR DE LA MENSAJERÍA Y PAQUETERÍA

Para el análisis del mercado del año 2012, se solicitó, en el año 2013, información a todas las empresas inscritas en la Sección A del Registro Postal obteniendo 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 40. Clasificación de las empresas inscritas en la Sección A de acuerdo a la red a la que pertenecen (Año 2012)

Red	Número de empresas analizadas	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%

De los datos anteriores se extrajeron dos conclusiones. Por un lado que, al menos un 92,56% de las empresas inscritas en la Sección A del Registro Postal pertenecen al segmento de la Mensajería y Paquetería y por otro, que al menos, un 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 segmento CEP, se solicita 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 que incluya, por tanto, datos de las empresas franquiciadas o colaboradoras.

Figura 41. Muestra seleccionada del segmento CEP

Tipo	Marca	Nombre
Integradoras		UPS
		DHL
		TNT
		FEDEX
Pública		CORREOS EXPRESS
		SOCIEDAD ESTATAL CORREOS Y TELÉGRAFOS
Franquiadoras		MRW
		SEUR
		TOURLINE
		NACEX
		ASM
		TIPSA
		ENVIALIA
		HALCOURIER
Independientes		ZELERIS
		GLS
		REDYSER
		SENDING
		ICS
		GENERAL COURIER
		RAPID EXPRESS
		SPC COURIER
		FLR
		OVERSEAS
		MAY COURIER

2. Marco normativo.

La legislación y normativa del Sector Postal está diferenciada por su regulación comunitaria y nacional, quedando estructurada de la siguiente manera:

Comunitaria

- **Directiva 2008/6/CE del Parlamento Europeo y del Consejo de 20 de febrero de 2008**, por la que se modifica la Directiva 97/67/CE en relación con la plena realización del mercado interior de servicios postales comunitarios.
- **Directiva 2002/39/CE del Parlamento Europeo y del Consejo de 10 de junio de 2002**, por la que se modifica la Directiva 97/67/CE con el fin de proseguir la apertura a la competencia de los servicios postales de la Comunidad.
- **Directiva 97/67/CE del Parlamento Europeo y del Consejo de 15 de diciembre de 1997**, relativas a las normas comunes para el desarrollo del marco interior de los servicios postales de la Comunidad y la mejora de la calidad del servicio.

Nacional

LEYES

- **Ley 24/1998, de 13 de julio**, del Servicio Postal Universal y de Liberalización de los Servicios Postales.
- **Ley 43/2010 de 30 de diciembre**, del servicio postal universal, de los derechos de los usuarios y del mercado postal.
- **Ley 3/2013 de 4 de junio**, de creación de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia.

REALES DECRETOS

- **Real Decreto 121/2015 de 27 de febrero**, por el que se modifica el Real Decreto 452/2012, de 5 de marzo, por el que se desarrolla la estructura orgánica básica del Ministerio de Fomento y se modifica el Real Decreto 1887/2011, de 30 de diciembre, por el que se establece la estructura orgánica básica de los departamentos ministeriales.

- **Real Decreto 452/2012 de 5 de marzo**, por el que se desarrolla la estructura orgánica básica del Ministerio de Fomento y se modifica el Real Decreto 1887/2011, de 30 de diciembre, por el que se establece la estructura orgánica básica de los departamentos ministeriales.
- **Real Decreto 1637/2011 de 14 de noviembre**, por el que se establece la composición, competencias y régimen de funcionamiento de la Comisión Filatélica del Estado y se regulan las emisiones de sellos de correo y otros signos de franqueo.
- **Real Decreto 1188/2011 de 19 de agosto**, por el que se establecen las funciones, composición y funcionamiento del Consejo Superior Postal.
- **Real Decreto 503/2007 de 20 de abril**, por el que se modifica el Real Decreto 1829/1999, de 3 de diciembre, por el que se aprueba el Reglamento por el que se regula la prestación de los servicios postales en desarrollo de lo establecido en la Ley 24/1998, de 13 de julio, del servicio postal universal y de liberalización de los servicios postales.
- **Real Decreto 1298/2006 de 10 de noviembre**, por el que se regula el acceso a la red postal pública y se determina el procedimiento de resolución de conflictos entre operadores postales.
- **Real Decreto 968/2002 de 20 de septiembre**, por el que se adaptan las normas que regulan la Orden Civil del Mérito Postal y la Medalla al Mérito Filatélico a la estructura organizativa del Ministerio de Fomento.
- **Real Decreto 1829/1999 de 3 de diciembre**, por el que se aprueba el Reglamento por el que se regula la prestación de los servicios postales, en desarrollo de lo establecido en la Ley 24/1998, de 13 de julio, del Servicio Postal Universal y de Liberalización de los Servicios Postales.
- **Real Decreto 81/1999 de 22 de enero**, por el que se aprueba el Reglamento de desarrollo del Título II de la Ley 24/1998, de 13 de julio, del Servicio Postal Universal y de Liberalización de los Servicios Postales, en lo relativo a las autorizaciones para la prestación de servicios y al Registro General de Empresas Prestadoras de Servicios Postales.

ÓRDENES

- **Orden FOM/846/2015 de 7 de mayo**, por la que se establecen los modelos y se regula la liquidación de las tasas por inscripción en el Registro General de empresas prestadoras de servicios postales y por la expedición de certificaciones registrales.
- **Orden FOM/845/2015 de 7 de mayo**, por la que se aprueba el modelo de declaración responsable que habilita para la prestación de servicios postales no incluidos en el ámbito del servicio postal universal.
- **Orden PRE/578/2015 de 27 de marzo**, por la que se determina la fecha de inicio del ejercicio efectivo de las funciones transferidas al Ministerio de Fomento por la Ley 3/2013, de 4 de junio, de creación de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia.
- **Orden FOM/2862/2004 de 30 de julio**, por la que se aprueba el Reglamento de la Orden Civil del Mérito Postal y la Medalla al Mérito Filatélico
- **Orden FOM/2447/2004 de 12 de julio**, sobre la contabilidad analítica y la separación de cuentas de los operadores postales.

RESOLUCIONES

- **Resolución de 29 de noviembre de 2011**, del Consejo de la Comisión Nacional del Sector Postal, por la que se establece el calendario de renovación anual a partir del año 2012, de las empresas inscritas en el Registro General de Empresas Prestadoras de Servicios Postales.
- **Resolución de 27 de julio de 2011**, de la Presidencia de la Comisión Nacional del Sector Postal, por la que se publica la Circular 1/2011, por la que se dictan Instrucciones en las que se determina, con carácter transitorio, el régimen jurídico aplicable al acceso a la red postal de los operadores postales.
- **Resolución de 23 de abril de 2007**, de la Subsecretaría de Fomento, por la que se aprueban las condiciones de referencia de carácter provisional para el acceso a la red postal pública.

2. 1. Directivas postales comunitarias.

La evolución del sector postal en Europa ha experimentado importantes avances en los últimos años en virtud de la adaptación del Mercado a la nueva realidad regulatoria. Todo empezó con la presentación del **Libro Verde el 11 de junio de 1992 por la Comisión Europea**, como base para iniciar un debate, consultando a todas las partes interesadas: clientes, operadores públicos y privados, organizaciones de consumidores, etc.

Siguió, como primera norma propiamente dicha, la **Directiva 97/67/CE**, relativa a las normas comunes para el desarrollo del mercado interior de los servicios postales de la UE y la mejora de la calidad del servicio, planteó las bases para la creación de un mercado interior de servicios postales, fundamentado en la importancia de estos como instrumentos para la comunicación y el comercio.

Esta Directiva estableció en primer lugar el servicio postal universal. Además, contempló la apertura del mercado a la competencia con el fin de mejorar los servicios postales y, en consecuencia, abordó la reducción de los servicios reservados a los Operadores públicos. Posteriormente, las modificaciones que se introdujeron mediante la **Directiva 2002/39/CE** del sector postal fueron:

- a) La reducción del ámbito de posible reserva de servicios que pueden llevar a cabo los operadores tradicionales de los Estados miembros.
- b) Determinadas especificaciones relativas a las medidas para evitar el falseamiento de la competencia en el sector:
 - Clarificación con respecto a las tarifas especiales por aplicación de descuentos, exigiendo su establecimiento con arreglo a los principios de transparencia y no discriminación, teniendo en cuenta los costes evitados en relación con los servicios ordinarios.
 - Prohibición expresa de financiación cruzada de servicios universales del sector no reservado, con ingresos generados por servicios del sector reservado, excepto cuando sea imprescindible para realizar obligaciones específicas del servicio universal que estén vinculadas al ámbito competitivo.
- c) Extensión de las garantías de calidad del servicio universal a otros servicios, en particular respecto a los procedimientos para tramitar reclamaciones por parte de los usuarios.

- d) Refuerzo de las funciones y competencias de las Autoridades Nacionales de Reglamentación.

En esta Directiva se proponía un calendario de liberalización que concluiría con la apertura total en 2009 ([aplazada posteriormente hasta 2011 por la Directiva 2008/6/CE](#)), con una moratoria de 2 años a los doce Estados miembros que entraron en la UE desde 2004, así como a Grecia, dada su particular topografía, y a Luxemburgo, debido a su escasa población y limitado territorio.

No obstante, tal y como se ha señalado, la aprobación de la 3ª Directiva supuso la aceptación de la posición del Parlamento Europeo planteada en materia postal y que se materializó en los siguientes puntos:

- a) Ratificó la propuesta del Parlamento de posponer la fecha de liberalización, como muy tarde, hasta el 1 de enero de 2011 con el propósito de buscar soluciones a la financiación del servicio postal universal. ([Definitivamente ha entrado en vigor en la fecha señalada](#)).
- b) Aceptó que algunos Estados miembros ([Chipre, Eslovaquia, Grecia, Hungría, Letonia, Lituania, Luxemburgo, Malta, Polonia, República Checa y Rumania](#)) pudieran aplazar la aplicación de la Directiva durante otros dos años, hasta el 31 de diciembre de 2012.
- c) Incluyó el principio de reciprocidad, según el cual, los Estados que se abran completamente en la primera fase podrán negarse por un tiempo limitado ([del 1 de enero de 2011 al 31 de diciembre de 2012](#)) a otorgar autorizaciones a los correos nacionales que operen en los países que mantengan el área reservada hasta el final de 2012.
- d) Mantuvo el actual ámbito del servicio postal universal, que comprende la recogida, clasificación, transporte y distribución de objetos postales, al menos cinco días a la semana.
- e) Incluyó varias alternativas para garantizar la provisión del servicio universal, así como para financiar su coste neto, incluidas las ayudas estatales, los procedimientos de contratación pública, la negociación directa o la exigencia del fondo de compensación, que se nutrirá con las aportaciones tanto de los proveedores del servicio universal como de los de servicios sustitutivos.
- f) Incorporó igualmente la cláusula social, que reconoce los derechos laborales de los trabajadores postales.

- g) Estableció la obligación a todos los proveedores de servicio universal, no solo a los designados por las autoridades nacionales, de implantar un sistema de quejas.
- h) Expresó la necesidad de que los Estados miembros aseguren condiciones de acceso transparentes y no discriminatorias, teniendo en cuenta la situación y legislación nacionales.
- i) Permitió a los Estados miembros mantener la uniformidad de tarifas para los envíos individuales, restringiendo su uso en otros casos, como el correo de negocios.
- j) Incluyó un nuevo anexo con orientaciones para el cálculo de los costes netos, si los hubiera, del servicio universal.
- k) Estableció las normas de calidad para el correo transfronterizo intracomunitario en relación con el plazo medio de expedición de los envíos de la categoría normalizada más rápida, medido de extremo a extremo, según la fórmula $D + n$, en la que **D representa la fecha de depósito y n el número de días laborables que transcurren desde tal fecha hasta la de su entrega al destinatario.**

Las normas deben aplicarse no solo respecto al conjunto de los flujos del tráfico intracomunitario, sino respecto a cada uno de los flujos bilaterales entre dos Estados miembros.

PLAZO	NORMAS
D+3	85 % de los envíos
D+5	97% de los envíos

- *El plazo de expedición de extremo a extremo es el transcurrido desde el punto de acceso a la red hasta el punto de entrega al destinatario.*
- *La fecha de depósito que se tomará en cuenta será la del mismo día en que se deposite el envío, siempre que el depósito se realice antes de la última hora de recogida señalada para el punto de acceso a la red de que se trate. Cuando el depósito se realice después de esa hora límite, la fecha de depósito que se tomará en cuenta será la del siguiente día de recogida.*

Conclusiones del análisis del sector postal en el contexto europeo

Tras la aprobación de la normativa europea relativa a las dos primeras Directivas Postales, podemos considerar que:

- Todos los estados miembros, a través de modificaciones legislativas recientes, han traspuesto plenamente la Directiva Postal a sus respectivos derechos positivos,
- La calidad de los servicios postales cumple holgadamente los mínimos exigidos.
- La aplicación del principio de mínima armonización ha permitido a los diferentes Estados miembros cierta diversidad de enfoques regulatorios, que puede implicar asimetrías en el desarrollo del mercado postal europeo. Por esta razón, el informe de la Comisión sobre la aplicación de la Directiva Postal recomienda reforzar la cooperación administrativa.
- La liberalización del sector postal ha provocado una reacción empresarial de concentración por medio de fusiones y adquisiciones con el fin de obtener un tamaño significativo para poder hacer frente a los nuevos competidores y entrar en nuevos mercados.
- El crecimiento del sector postal en el ámbito europeo es patente, tanto en volumen de envíos como en ingresos.

Con todo ello debemos de considerar que la entrada en vigor de la tercera Directiva y su trasposición a los distintos países miembros, significará la culminación del mercado interno de los servicios postales de la Unión Europea.

Pero más allá de abrir a la competencia las casi tres cuartas partes de los envíos de correspondencia que aún están reservados a los operadores designados, el sector afronta otros retos para los que habrá que buscar respuestas inteligentes, como la configuración del servicio universal en un marco en el que las necesidades postales en términos tradicionales están disminuyendo, o la búsqueda de nuevos roles para los correos nacionales en un contexto de proliferación de nuevos patrones y medios de comunicación.

2. 2. Naturaleza y régimen jurídico nacional.

Con la promulgación de la Ley 24/1998, de 13 de julio, del Servicio Postal Universal y de Liberalización de los Servicios Postales, y de la Ley 14/2000, de 29 de diciembre, de Medidas Fiscales, Administrativas y del Orden Social, se sentaron las bases legales para, de una parte, garantizar el derecho de todos de acceder a las comunicaciones postales a un precio asequible y, de otra, potenciar la viabilidad futura de Correos.

Asimismo, con la promulgación de la Ley 43/2010 de 30 de diciembre del servicio postal universal, de los derechos de los usuarios y del mercado postal se adecúa la normativa española en materia postal a lo dispuesto por la Unión Europea a través de la tercera directiva postal.

La necesidad de acometer la modernización del operador público postal para afrontar, entre otros retos, el proceso de liberalización de los servicios postales, iniciado por la Unión Europea en 1997 y completado el 1 de enero de 2011, fue el determinante de la transformación de Correos en una sociedad anónima estatal.

Con esta fórmula jurídica, adoptada por la mayoría de los países de nuestro entorno, se dota al operador público postal de la estructura y del marco jurídico apropiado, que le han permitido operar con la suficiente flexibilidad en un mercado en progresiva liberalización durante el decenio que acaba de finalizar.

El Grupo Correos, que a su vez se integra en la Sociedad Estatal de Participaciones Industriales (SEPI), está integrado por La Sociedad Estatal Correos y Telégrafos y sus filiales: [Correos Express](#), [Nexea](#) y [Correos Telecom](#).

La Sociedad Estatal Correos y Telégrafos, S.A., se constituyó el 29 de junio de 2001, conforme a la exigencia del **artículo 58 de la Ley 14/2000, de 29 de diciembre**, de Medidas fiscales, administrativas y del orden social.

La Sociedad Estatal Correos y Telégrafos, S.A., S.M.E., es una sociedad mercantil anónima que se rige por el ordenamiento jurídico privado: el **Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio**, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital, por sus Estatutos y por las demás leyes y disposiciones que le sean de aplicación. En este sentido, dado su carácter estatal se registrará también por normas de derecho público en materia presupuestaria, contable, de control financiero y de contratación, conforme se determina en el artículo 3.2 de la **Ley 47/2003, de 26 de**

noviembre, General Presupuestaria, y el **artículo 166.2 de la Ley 33/2003, de 3 de noviembre**, de Patrimonio de las Administraciones Públicas.

En lo que se refiere a contratación que opera a través de la Plataforma de Contratación del Sector Público, su marco legal lo conforman:

La Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público, por la que se transponen al ordenamiento jurídico español las **Directivas del Parlamento Europeo y del Consejo 2014/23/UE y 2014/24/UE, de 26 de febrero de 2014**.

La Ley 31/2007, de 30 de octubre, sobre procedimientos de contratación en los sectores del agua, la energía, los transportes y los servicios postales, en donde la Disposición Adicional Segunda se cita a Correos y Telégrafos, S.A. como entidad contratantes en el sector de los servicios postales.

Las Instrucciones internas de contratación de la Sociedad (a disposición de todos los interesados en el perfil de contratante en www.correos.es)

Por tanto de conformidad con la citada **Ley 31/2007, de 30 de octubre**, la actual Sociedad Estatal Correos y Telégrafos, S.A., S.M.E., se configura como el único operador designado para prestar el servicio postal universal en España, en un **mercado que fue liberalizado completamente el 1 de enero de 2011**, conforme a la **Ley 43/2010, de 30 de diciembre** del Servicio Postal Universal, de los Derechos de los Usuarios y del Mercado Postal. Esta Ley que pasaremos inmediatamente a analizar regula fundamentalmente las condiciones de recogida, admisión, distribución y entrega del servicio postal universal exigibles al operador designado, así como el coste y la financiación de estas obligaciones, los precios y otras condiciones tarifarias de los servicios postales.

De otra parte, la Sociedad Estatal Correos y Telégrafos, S.A., S.M.E en su condición de transportista oferta distintas opciones de paquetería por lo que queda sujeta a estos efectos a las disposiciones contenidas en la **Ley 16/1987, de 30 de julio**, de Ordenación de los Transportes Terrestres y a **Ley 15/2009** Reguladora del Contrato de Transporte Terrestre de Mercancías.

De igual modo, prestará directamente los servicios de télex, telegráficos y otros servicios de comunicaciones electrónicas de características similares, ajustándose, en su caso, a lo que prevea el **Real Decreto 424/2005, de 15 de abril**, por el que se aprueba el Reglamento sobre las condiciones para la prestación de servicios de comunicaciones electrónicas, el servicio universal y la protección de los usuarios, tal y como veremos más adelante.

Por último y en los términos que se analizan en el tema siguiente, la Sociedad Estatal Correos y Telégrafos, S.A., S.M.E queda sometida a la **Ley 19/2013, de 9 de diciembre**, de transparencia, acceso a la información y buen gobierno, que dispone que todas las empresas del sector público deben publicar de forma periódica y actualizada la información cuyo conocimiento sea relevante para garantizar la transparencia relacionada con el funcionamiento y control de su actividad pública.

LEY POSTAL 43/2010, DE 30 DE DICIEMBRE (DEL SERVICIO POSTAL UNIVERSAL, DE LOS DERECHOS DE LOS USUARIOS Y DEL MERCADO POSTAL)

El objeto de la Ley 24/1998, del 13 de julio, fue la regulación de los servicios postales con el fin de garantizar el servicio postal universal a todos los ciudadanos a precio asequible, satisfacer las necesidades de comunicación postal en España y asegurar un ámbito de libre competencia del sector. El objeto de su sucesora, la Ley 43/2010 de 30 de diciembre ha sido la adecuación de la norma anterior a la situación de liberalización plena en la que nos encontramos en la actualidad.

Se incluyen en el *ámbito universal* las actividades de recogida, admisión, clasificación, transporte, distribución y entrega de envíos postales nacionales y transfronterizos en régimen ordinario de:

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

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

Los envíos nacionales y transfronterizos de publicidad directa, de libros, de catálogos, de publicaciones periódicas y los restantes cuya circulación no esté prohibida, serán admitidos para su remisión en régimen de servicio postal universal, siempre que este se lleve a cabo con arreglo a alguna de las modalidades previstas en el apartado anterior.

Servicios adicionales o complementarios a los servicios postales.

Sin perjuicio de que el Gobierno pueda fijar otros servicios adicionales, se considera como servicio complementario a los servicios postales el **servicio de giro postal**, mediante el cual se ordenan pagos a personas físicas o jurídicas por cuenta y encargo de otras, a través de la red postal, tal como se define en la presente ley.

Este servicio tiene la consideración de servicio financiero de interés económico general que deberá prestarse, directamente o a través de terceros, por el operador designado por el Estado para prestar el servicio postal universal, de conformidad en todo lo que resulte aplicable, con la Ley 16/2009, de 13 de noviembre, de servicios de pago y su normativa de desarrollo.

La extensión, con especial atención a las zonas rurales, la modalidad de prestación y el sistema de financiación de este servicio se determinarán en el correspondiente contrato que se suscriba con el citado operador a estos efectos, conforme a los requisitos que reglamentariamente se determinen.

La Ley se estructura en:

- 68 artículos.
- 1 preámbulo.
- 7 títulos, algunos de ellos divididos en capítulos:
 - * Título 3, consta de 4 capítulos.
 - * Título 4, consta de 3 capítulos.
 - * Título 5, consta de 2 capítulos.
- 10 disposiciones adicionales.
- 1 disposición transitoria.
- 1 disposición derogatoria.
- 7 disposiciones finales.

Fue aprobada el 30 de diciembre de 2010 por las Cortes Generales y sancionada por el Rey. Se publicó en el BOE el 31 de diciembre de 2010 y entró en vigor el 1 de enero de 2011. La Ley Postal en su disposición final quinta incorpora al derecho español la Directiva 2008/6/CE.

Título I. Disposiciones generales. Artículos 1 a 4, comprende la regulación del SPU y de los derechos de los usuarios de los servicios postales, considerando la obligación del Estado de garantizar este servicio de acuerdo con determinados parámetros de calidad.

Se regirán por lo dispuesto en esta ley:

- Los servicios de recogida, admisión, clasificación, transporte, distribución y entrega de envíos postales.
- Los servicios de giro.

Los servicios postales son servicios de interés general que se prestan en régimen de libre competencia. Quedan sin efecto los servicios reservados que tenía Correos anteriormente. Están sometidos a obligaciones de servicio público los incluidos en el SPU, encomendados al operador postal y los que se impongan a los titulares de autorizaciones administrativas singulares.

Quedan excluidos del ámbito de aplicación de esta ley los servicios realizados en régimen de autoprestación, así como los servicios relativos a los envíos sin dirección postal del destinatario ([publibuzón](#), [los llamados envíos publicitarios sin dirección](#)).

Sabías que...

La primera Directiva Postal supuso un antes y un después en el servicio postal español. Al plasmarse en la Ley 24/1998 de 3 de julio significó que el Estado pasó a otorgar unos derechos de prestación a precios asequibles y para todos los usuarios que antes no existían.

Título II. Derechos de los usuarios de los servicios postales. Artículos 5 al 19, se ocupa de los derechos de los usuarios, delimitando con precisión suficiente la posición jurídica de estos para garantizar la mejor transparencia del mercado postal y el logro del nivel de calidad requerido.

La atribución de estos derechos opera como un parámetro de la obligación del Estado de garantizar la prestación del servicio postal y para definir la calidad exigida al mismo. Los derechos aquí recogidos están íntimamente conectados por tanto con la obligación del Estado de garantizar un servicio postal universal que adecuó su organización y régimen a las exigencias sucesivas de calidad según los medios técnicos disponibles. De esta forma se mantiene el papel pionero desarrollado por el servicio español de Correos en el seno de la Unión Postal Universal.

El título II afronta, pues, la necesaria labor de sistematización de los derechos de los usuarios y en consecuencia incorpora una auténtica carta de derechos. Se reconocen como tales los relativos al secreto de las comunicaciones, inviolabilidad de la correspondencia, protección de datos de carácter personal, denuncia, indemnización, propiedad de los envíos postales, presentación de

escritos a las Administraciones Públicas, prueba de depósito y entrega de los envíos certificados, reexpedición y rehusé de los envíos postales y protección de los envíos no entregados. A los anteriores se añaden como nuevos el derecho a la información sobre los servicios postales, a la reclamación, que comporta la correlativa obligación por parte de los operadores postales de establecer procedimientos sencillos, gratuitos y no discriminatorios con el fin de que la reclamación sea resuelta en el plazo máximo de un mes y la posibilidad de que los usuarios puedan someter las controversias que se susciten con los operadores postales al conocimiento de las Juntas Arbitrales de Consumo, y las que ocurran en el ámbito del servicio postal universal, a la Comisión Nacional del Sector Postal (actualmente la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia), y a la identificación del operador postal.

Esta tarea se ha completado dotando de fuerza efectiva al ejercicio de tales derechos a través de la correspondiente tipificación de las infracciones por su incumplimiento.

Título III. El Servicio Postal Universal. Artículos 20 al 36. Se estructura en cuatro capítulos, regula el servicio postal universal, que se define como el conjunto de servicios postales de calidad determinada por la ley, prestados de forma permanente en todo el territorio nacional y a precio asequible para todos los usuarios.

El capítulo I junto al concepto enumera las actividades incluidas en el ámbito material del servicio postal universal. Esta enumeración respeta los límites establecidos en la Directiva que se transpone. Se ha optado por aumentar el límite para los paquetes en el ámbito del servicio postal universal a 20 kilogramos.

El capítulo II establece los principios de equidad, no discriminación y continuidad como rectores de la prestación del servicio postal universal, define las condiciones básicas de recogida y distribución de los envíos postales para su prestación por el operador designado y remite al plan de prestación del servicio postal universal la concreción de las condiciones detalladas de su prestación, de acuerdo con lo que se disponga por Acuerdo del Consejo de Ministros. En dicho plan se fijará la extensión y densidad mínima de la red, los criterios y el procedimiento para la determinación del coste neto y las medidas que aseguren la mejora permanente de la eficacia y la eficiencia en su prestación.

No se pueden desconocer los importantes compromisos que las Administraciones Públicas han de asumir de acuerdo con lo establecido en la Ley 11/2007, de 22 de junio, de acceso electrónico de los ciudadanos a los Servicios Públicos, que determina que el término postal ha de evolucionar

hacia un concepto más amplio que el tradicional en tanto se produce el pleno desarrollo de la Sociedad de la información, tiempo en que han de coexistir los medios de notificación físicos y telemáticos.

El capítulo III impone la obligación de llevanza de contabilidad analítica y de separación de cuentas, regula el coste y la financiación de las obligaciones de servicio público del servicio postal universal, atendiendo a los conceptos de coste neto y carga financiera injusta ($\text{Coste Neto} = \text{Coste Neto SPU} - \text{Coste Neto Operador sin obligaciones SPU}$), crea el fondo de financiación del servicio postal universal dirigido a compensar la referida carga y regula diversas fuentes adicionales de financiación que son, junto con la del Estado, la contribución postal, la tasa por concesión de autorizaciones administrativas singulares y las garantías que se otorgan al operador designado para garantizar la prestación del servicio postal universal y su buen funcionamiento.

El sistema de financiación de las obligaciones de servicio público que se le imponen al prestador designado del servicio postal universal es la garantía del equilibrio financiero del prestador puesto que configura un conjunto de fuentes de financiación que reparte el esfuerzo de contribuir al sostenimiento de un servicio de calidad entre los titulares de autorizaciones administrativas singulares y el prestador designado, al mismo tiempo que prevé la aportación anual de los presupuestos generales del Estado como el complemento llamado a subvenir la diferencia entre las necesidades de financiación y los límites de las aportaciones procedentes del propio mercado postal.

La regulación de las contabilidades respectivas del operador designado y de los demás operadores postales con autorizaciones administrativas singulares en nada interfiere con las obligaciones generales derivadas de lo dispuesto en la legislación mercantil y solo se crean a los estrictos efectos previstos en la presente ley.

El capítulo IV regula los precios y otras condiciones tarifarias de los servicios postales prestados bajo régimen de obligaciones de servicio público, que deberán ser asequibles, transparentes, no discriminatorios y fijarse teniendo en cuenta los costes reales del servicio, de modo que incentiven su prestación eficiente. Se prevé la posible fijación de precios mínimos y máximos en garantía tanto de su asequibilidad como de su adecuación a la financiación del servicio.

Sabias que...

La II Directiva disminuyó la reserva en cuanto al Servicio Postal Universal para Correos y Telégrafos, pasando de tener reserva de las cartas interurbanas hasta 350 gramos a 100 gramos. Se abrió el camino a la liberalización total que llegaría con la III Directiva.

Título IV. Régimen General de Prestación de los Servicios Postales. Artículos 37 al 44. recoge diversos aspectos de la ley anterior, adaptando su contenido a la Directiva 2008/6/CE, en relación con la plena realización del mercado interior de los servicios postales comunitarios, para lo que regula, respectivamente, el Registro General de Empresas Prestadoras de Servicios Postales, las declaraciones responsables y las autorizaciones administrativas singulares.

En su capítulo I se establece el principio de libre competencia para la prestación de los servicios postales en los términos fijados por la ley, atendiendo a la necesaria diferenciación entre servicios incluidos y no incluidos en el ámbito del servicio postal universal, y se prevé la inscripción en el Registro mencionado de los datos y actos relativos a todos los prestadores de servicios postales.

En el capítulo II se establecen las condiciones que habilitan para la prestación de servicios no incluidos en el ámbito del servicio postal universal y, a tal efecto, se requiere la presentación de una declaración responsable y el cumplimiento de los denominados requisitos esenciales para el ejercicio de la actividad postal, entre los que se cuentan, siguiendo lo establecido en la citada Directiva, el respeto de las estipulaciones de los regímenes de empleo y seguridad social establecidas mediante ley, reglamento o decisión administrativa o convenio colectivo negociado entre los interlocutores sociales nacionales con arreglo al derecho nacional o comunitario, cuyo incumplimiento grave o reiterado se tipifica como infracción muy grave en el título VII de la presente ley y determina la pérdida de validez y eficacia de la declaración.

El capítulo III regula la autorización administrativa singular que se requiere para la prestación de servicios postales incluidos en el ámbito del servicio postal universal, pero prestados en condiciones de mercado, esto es sin la imposición de obligaciones de servicio público. El otorgamiento de la autorización requerirá la previa constatación del cumplimiento por el operador postal de los requisitos esenciales exigidos en el capítulo anterior y comportará la asunción del compromiso de cumplimiento de las obligaciones de calidad, extensión territorial y alcance material que voluntariamente oferte a sus clientes, así como las obligaciones que expresamente se le imponen por la ley. Por lo que se refiere a las obligaciones de servicio público a que se refiere el artículo 43, al margen de las que en circunstancias excepcionales procediera imponer de acuerdo con el apartado quinto del artículo 22, el diseño de las mismas se hace dentro de los límites fijados por el artículo 9.2 de la directiva 97/67/CE.

Título V. Acceso a la Red Postal de los operadores y resolución de conflictos con ellos. Artículos 45 a 49. Se estructura en dos capítulos, que se destinan, respectivamente, a regular el acceso a la

red postal y a otras infraestructuras postales y a la resolución de conflictos entre operadores postales.

Se garantiza a los operadores postales el acceso a la red y a otras infraestructuras postales para la prestación de los servicios a que se refiera la autorización administrativa singular de que sean titulares, de acuerdo con los principios de transparencia, proporcionalidad y no discriminación que se definen expresamente a estos efectos, y se establecen las medidas necesarias para que el ejercicio de dicho derecho resulte compatible con la garantía de la integridad, eficacia y eficiencia de la red postal. Se impone al operador designado la obligación de negociar las condiciones de acceso que constarán bien en el contrato tipo autorizado por la Comisión Nacional del Sector Postal, bien en contratos singulares de cuya celebración se informará a dicha Comisión a la que compete verificar si los precios fijados en cualesquiera de ellos se ajustan a los principios de transparencia, no discriminación y cobertura del coste real ocasionado al titular de la red. Se establece la obligación de publicar un anuncio de celebración de cada contrato en la página web oficial del operador designado y se declara la nulidad de aquellos que sean contrarios a dichos principios o al cabal cumplimiento del plan de prestación del servicio postal universal.

En esta nueva regulación del importante tema del acceso a la red del prestador del servicio postal universal se ha tenido un extremo cuidado en asegurar que la prestación que se realiza en beneficio de los operadores postales se hace en condiciones de mercado, esto es, al margen de los precios subvencionados de que disfrutaban los usuarios ordinarios del servicio postal universal.

El capítulo II de este título regula los conflictos entre operadores postales y el operador designado para la prestación del servicio postal universal, cuyo conocimiento se atribuye a la Comisión Nacional del Sector Postal y los que se entablen entre operadores distintos del designado para la prestación del citado servicio, que podrán ser sometidos al arbitraje de la citada Comisión.

Título VI. Autoridad Nacional de Reglamentación. Artículos 50 y 51. Se ocupa del marco institucional y, en consecuencia, de los órganos administrativos competentes para la aplicación de esta ley. Se establece que tendrá la consideración de Autoridad Nacional de Reglamentación Postal el Gobierno, los órganos superiores y directivos del Ministerio de Fomento con competencias en esta materia y la propia Comisión Nacional del Sector Postal (en la actualidad la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia). Asimismo, se regula el Consejo Superior Postal como máximo órgano de participación de las Administraciones públicas, los operadores, los usuarios, organizaciones sindicales y asociaciones filatélicas, al que corresponderán las funciones de consulta que se le atribuyan.

Título VII. Inspección, Infracciones y Sanciones. Artículos 52 al 68. Las competencias inspectoras corresponden a la Comisión Nacional del Sector Postal ([en la actualidad la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia](#)), cuyos funcionarios serán considerados agentes de la autoridad y estarán investidos de las facultades inquisitivas propias de su función, que no es otra que la de investigar y corregir las conductas de los infractores. El reforzamiento de la regulación de la función inspectora que acomete la ley se corresponde directamente con su contenido en materia de tipificación de infracciones y de régimen sancionador, ámbito en el que la ley realiza un importante avance en la seguridad jurídica y en la equidad, por cuanto explicita los criterios para graduar las infracciones que tipifica y señala las sanciones máximas correspondientes a cada tipo infractor, en línea con las tendencias actuales en el ámbito europeo.

Como novedades en este ámbito cabe destacar, además, la declaración como responsables solidarios de los operadores postales respecto de las infracciones postales que cometan sus trabajadores, de quienes sucedan al operador postal en el ejercicio de la actividad, y de sus administradores de hecho o de derecho, y la posibilidad de imponer multas coercitivas dirigidas a obtener la corrección de las conductas infractoras en el supuesto de que no se produzca el cumplimiento voluntario tras haberse concluido el procedimiento sancionador.

Recuerda que...

La fundamentación de la Ley 43/2010 nace de la obligación de transponer antes del 31 de diciembre de 2010 la Directiva 2008/6/CE, de 20 de febrero de 2008, por la que se modifica la Directiva 97/67/CE del Parlamento europeo y el Consejo, de 15 de diciembre de 1997, relativa a las normas comunes para el desarrollo del mercado interior de los servicios postales en la Comunidad y la mejora de la calidad del servicio.

Disposición adicional 1.^a *Operador designado por el Estado para prestar el servicio postal universal.* La Sociedad Estatal Correos y Telégrafos S.A. tiene la condición de operador designado por el Estado para prestar el SPU por un periodo de 15 años a partir de la entrada en vigor de la Ley Postal. Desde el 1 de enero de 2011 hasta el 31 de diciembre de 2025.

Disposición adicional 2.^a *Seguimiento de las condiciones de prestación del servicio postal universal.* Periódicamente y como máximo, cada cinco años, la Comisión Delegada del Gobierno para Asuntos Económicos, previo informe de la Comisión Nacional del Sector Postal, valorará el cumplimiento de las condiciones de prestación del servicio postal universal por parte del operador designado para su prestación.

Disposición adicional 3.^a *Servicios mínimos de carácter obligatorio.* Por orden del Ministro de Fomento se fijarán los servicios mínimos de carácter obligatorio para asegurar la prestación del servicio postal universal.

Disposición adicional 4.^a *Emisión y distribución de sellos y otros signos de franqueo.*

1. Las emisiones de sellos de correo y demás signos de franqueo, así como su programación, serán autorizadas mediante resolución conjunta de los Subsecretarios de Economía y Hacienda y de Fomento en los términos que se desarrolle reglamentariamente.

2. Se crea, adscrita al Ministerio de Fomento, la Comisión Filatélica del Estado, como órgano consultivo de los Ministerios de Economía y Hacienda y de Fomento, con funciones de consulta, asesoramiento y propuesta en materia de emisión de sellos y demás signos de franqueo.

En la composición de esta Comisión se garantizará la participación de las asociaciones filatélicas más representativas.

Reglamentariamente se establecerá su composición, competencias y régimen de funcionamiento.

3. Las funciones de distribución y venta de sellos de correo de la «Sociedad Estatal Correos y Telégrafos, Sociedad Anónima», se entenderán sin perjuicio de la obligación que tienen los miembros integrantes de la red de expendedurías de tabaco y timbre de comercializar los sellos de correos de acuerdo con lo que establece la Ley 13/1998, de 4 de mayo, de Ordenación del Mercado de Tabacos y Normativa Tributaria y sus reglamentos de desarrollo.

Disposición adicional 5.^a *Condecoraciones postales y carteros honorarios.*

1. La Orden Civil del Mérito Postal y la Medalla al Mérito Filatélico son las condecoraciones que, en el ámbito postal, pueden otorgarse conforme a lo previsto reglamentariamente.

2. El Presidente de la Sociedad Estatal Correos y Telégrafos, S.A., podrá nombrar carteros honorarios entre aquellas personas que se hayan destacado en el apoyo al servicio postal en la citada entidad. El nombramiento como cartero honorario llevará aparejado el tratamiento y las consideraciones que la citada Sociedad determine.

Hasta el momento, solamente seis personas han sido nombradas Carteros Honorarios en la historia de Correos:

- Su Majestad la Reina Doña Sofía (2014).
- Antonio Mingóte Barrachina (1998).
- Ramón Carandey Thovar (1984).
- Camilo José Cela (1982).
- Rafael Álvarez Sereix (1893).
- Mariano Pardo de Figueroa (1880).

Disposición adicional 6.^a *Sello de excelencia de empresa postal sostenible.* Se crea el sello de excelencia de empresa postal sostenible destinado a distinguir a los operadores postales que destaquen por la excelencia de su gestión en materia medioambiental, social, laboral y, en general, de responsabilidad social corporativa.

Disposición final 3. *Servicios adicionales o complementarios a los servicios postales.* Sin perjuicio de que el Gobierno pueda fijar otros servicios adicionales, se considera como servicio complementario a los servicios postales el servicio de giro postal, mediante el cual se ordenan pagos a personas físicas o jurídicas por cuenta y encargo de otras, a través de la red postal, tal como se define en la presente ley.

Este servicio tiene la consideración de servicio financiero de interés económico general que deberá prestarse, directamente o a través de terceros, por el operador designado por el Estado para prestar el servicio postal universal, de conformidad en todo lo que resulte aplicable, con la Ley 16/2009, de 13 de noviembre, de servicios de pago y su normativa de desarrollo.

La extensión, con especial atención a las zonas rurales, la modalidad de prestación y el sistema de financiación de este servicio se determinarán en el correspondiente contrato que se suscriba con el citado operador a estos efectos, conforme a los requisitos que reglamentariamente se determinen.

Disposición final 5.^a Incorporación de Derecho comunitario. Mediante esta ley se incorpora al derecho español la Directiva 2008/6/CE, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 20 de febrero de 2008, por la que se modifica la Directiva 97/67/CE en relación con la plena realización del mercado interior de servicios postales comunitarios.

NOTA: a fecha de hoy, la **Ley 3/2013, de 4 de junio, de creación de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia** ha derogado la Comisión Nacional del Sector Postal.

Recuerda que...

La Ley 43/2010 en su artículo 22.5 establece que "El Gobierno podrá imponer al operador designado para prestar el servicio postal universal otras obligaciones de servicio público, cuando así lo exijan razones de interés general o de cohesión social o territorial, mejora de la calidad de la educación y protección civil, o sea necesario para salvaguardar el normal desarrollo de los procesos electorales, de conformidad con lo dispuesto en la normativa que regula el régimen electoral general. Igualmente, podrá imponer al citado operador y a los operadores que presten servicios postales al amparo de una autorización administrativa singular obligaciones de servicio público en circunstancias extraordinarias para garantizar la seguridad pública o la defensa nacional. La imposición de obligaciones adicionales de servicio público deberá ser objeto de compensación".

EL REGLAMENTO DE PRESTACIÓN DE LOS SERVICIOS POSTALES

Aprobado por Real Decreto 1829/1999 de 3 de diciembre

Desarrolla la primera Ley Postal (24/1998) y en algunos casos, como en la reserva de correspondencia, no se ajusta a lo actual establecido por la Ley 43/2010 (pendiente de desarrollar reglamentariamente).

Conceptos

Son servicios postales:

- a) Los de recogida, admisión, clasificación, tratamiento, curso, transporte, distribución y entrega de los envíos postales, es decir, aquellos que incluyan objetos cuyas especificaciones físicas y técnicas permitan, al menos, su tráfico a través de la red postal pública.
- b) Los financieros, constituidos por las distintas modalidades de giro.

- c) Cualesquiera otros servicios que, teniendo naturaleza análoga a los anteriores, sean expresamente determinados como servicios postales por el Gobierno, en ejecución de acuerdos internacionales que obliguen a España.

¿Qué se entiende por remitente?

Se entiende por remitente la persona física o jurídica de quien procede el envío postal.

¿Qué se entiende por dirección?

Se entiende por dirección, a efectos postales, la identificación de los destinatarios por su nombre y apellidos, si son personas físicas o por su denominación o razón social si se trata de personas jurídicas, así como las señas de un domicilio o los datos que se prevén para la entrega de los envíos en las oficinas de la red postal pública.

Garantías de los usuarios

Garantías fundamentales de los usuarios de los servicios postales

Los operadores postales, en el ejercicio de las actividades de prestación de los servicios, garantizarán:

- a) El secreto e inviolabilidad de las comunicaciones postales, salvo resolución judicial
- b) El respeto al honor, la intimidad personal y familiar de los usuarios.
- c) La neutralidad y confidencialidad de los servicios postales.
- d) La igualdad de trato a los usuarios de los servicios postales.
- e) La ausencia de cualquier tipo de discriminación.

Secreto de los envíos postales y protección de datos

El secreto de los envíos postales afecta al contenido de los mismos e implica la absoluta prohibición para los operadores postales y para sus empleados de facilitar dato alguno.

Inviolabilidad de los envíos postales

Los envíos postales son inviolables.

Propiedad de los envíos postales

Los envíos postales, en tanto no lleguen a poder del destinatario, serán propiedad del remitente.

Sabías que...

El precepto recogido en la Directiva Postal de que "los Estados miembros adoptarán medidas para asegurar que el servicio universal quede garantizado al menos cinco días laborales por semana, excepto en circunstancias o condiciones geográficas excepcionales", supuso que durante años se prestara servicio de reparto por parte de Correos también durante los sábados.

Derecho de recuperación de envíos y modificación de dirección postal por el remitente

Podrá hacerse previo pago y normativa.

Derechos del destinatario de los envíos postales

El destinatario podrá solicitar la reexpedición de los envíos postales, cuando se ausente de la localidad de destino, mediante el pago.

Clasificación de los envíos y servicios postales

Envíos postales

Conceptos:

- a) **Carta:** todo envío cerrado cuyo contenido no se indique ni pueda conocerse, así como toda comunicación materializada en forma escrita sobre soporte físico de cualquier naturaleza, que tenga carácter actual y personal.
- b) **Tarjeta postal:** toda pieza rectangular de cartulina consistente o material similar, lleve o no el título de tarjeta postal, que circule al descubierto y que contenga un mensaje de carácter actual y personal.
- c) **Paquetes postales:** los envíos que contengan cualquier objeto, producto o materia, con o sin valor comercial.
- d) **Publicidad directa:** el envío que, destinado a la promoción y venta de bienes y servicios, que reúna además una serie de requisitos.

- e) **Libros:** las publicaciones, cualquiera que sea su soporte, encuadernadas o en fascículos, remitidas por empresas editoras, distribuidoras, establecimientos de venta y centros de enseñanza por correspondencia autorizados.
- f) **Catálogos:** el envío que, destinado a la promoción y venta de bienes y servicios, que reúna además una serie de requisitos.
- g) **Publicaciones periódicas:** los objetos que se editan periódicamente, con el mismo título repetido en cada ejemplar y cuyo texto o contenido sea de índole o naturaleza diversa, distinguiéndose por la variedad de enunciados, trabajos, informaciones o noticias.

Servicios postales

Los servicios postales se clasifican según diversos criterios:

- De acuerdo con las garantías que se otorgan al envío, los servicios postales se clasifican en: servicios de envíos generales, servicios de envíos certificados y servicios de envíos con valor declarado.
- Por las prestaciones básicas o complementarias, los servicios pueden ser: ordinarios, rápidos y especiales.
- Las operaciones del servicio postal son: recogida, admisión, clasificación, tratamiento, curso, transporte, distribución y entrega.

Objetos prohibidos

Aquellos cuya circulación no se permita por motivos de seguridad, de sanidad pública, utilidad general y de protección del servicio postal universal.

Procedimientos de resolución de conflictos

Los usuarios podrán dirigir su reclamación a las Juntas Arbitrales de Consumo.

Procedimientos de depósito y destrucción de envíos postales

Imposibilidad de entrega de los envíos postales

Los envíos devueltos que no puedan entregarse al remitente se considerarán los envíos como sobrantes.

Depósito y destrucción de los envíos postales

- a) Se mantendrán en depósito los envíos declarados sobrantes durante un plazo máximo de seis meses, pasado este plazo sin ser reclamados, se considerarán caducados.
- b) Los envíos postales con valor declarado que no pudieran devolverse se conservarán durante tres años a disposición de las personas que se consideren con derecho a ellos y, pasado este plazo, serán enajenados.

Obligaciones de Servicio Público

Servicio público

Existen las siguientes categorías de obligaciones de servicio público:

- a) Obligaciones de prestación del servicio postal universal.
- b) Otras obligaciones de servicio público impuestas por razones de interés general.

Servicio postal universal

Se entiende por servicio postal universal el conjunto de servicios postales prestados de forma permanente, de conformidad con los parámetros establecidos en la Ley y en este Reglamento, en todo el territorio nacional y a un precio asequible para todos los usuarios. En la actualidad estarían incluidos:

- a) Cartas y tarjetas postales que contengan comunicaciones escritas en cualquier tipo de soporte, de hasta 2 kilogramos de peso.
- b) Paquetes postales, con o sin valor comercial, de hasta 10 kilogramos de peso. [\(La Ley 43/2011 eleva el peso hasta los 20 Kg\)](#). En realidad Correos lo presta a través del Paquete Azul.
- c) Los envíos nacionales y transfronterizos de publicidad directa, de libros, de catálogos, de publicaciones periódicas y los restantes cuya circulación no esté prohibida, cuando el envío se realice como carta o como paquete postal de hasta 2 y 10 kilogramos, respectivamente. [\(La Ley 43/2011 eleva el peso de los PP hasta los 20 Kg\)](#).

- d) Los servicios de envío certificado y envío de valor declarado, accesorios de los establecidos en los párrafos a) y b) de este apartado. La cantidad mínima por la que se podrá asegurar un envío con valor declarado será, actualmente según tarifas, de 50 €, siendo la máxima de 3.000 €, no pudiendo la declaración de valor exceder del valor real del contenido del envío.
- e) La cantidad máxima indemnizable en caso de pérdida, sustracción o deterioro de los envíos certificados será de 30 €.

A) Admisión

- a) Poblaciones o núcleos de viviendas no atendidos por una oficina de Correos.- La admisión de los envíos incluidos en el SPU podrá hacerse por el personal encargado del reparto domiciliario, al tiempo que realiza este, a cuyo efecto se informará a los vecinos de estos núcleos del horario habitual de paso de dicho personal.
- b) Depósito en buzones. Podrán ser depositados en los buzones los envíos postales que no necesiten expedición de recibo justificativo de su admisión, siempre que sus dimensiones lo permitan y hayan sido previamente franqueados. Los buzones dispondrán, en lugar visible, de la información referida al calendario semanal y horarios de recogida.
- c) Admisión de solicitudes, escritos y comunicaciones que los ciudadanos o entidades dirijan a los órganos de las Administraciones públicas.- Se presentarán en sobre abierto, con objeto de que en la cabecera de la primera hoja del documento que se quiera enviar, se hagan constar, con claridad, el nombre de la oficina y la fecha, el lugar, la hora y minuto de su admisión. Estas circunstancias deberán figurar en el resguardo justificativo de su admisión y en la copia presentada por el remitente, en su caso, cerrando el sobre el cliente.

B) Entrega de los envíos postales. Generalidades

- a) Los envíos postales deberán entregarse al destinatario que figure en la dirección del envío o a la persona autorizada en el domicilio del mismo, en casilleros domiciliarios, en apartados postales, en oficina, así como en cualquier otro lugar que se determine en el presente Reglamento o por Orden del Ministerio de Fomento.
- b) Se entenderán autorizados por el destinatario para recibir los envíos postales, de no constar expresa prohibición, las personas mayores de edad presentes en su domicilio que sean familiares suyos o mantengan con él una relación de dependencia o convivencia.

- c) El destinatario o la persona autorizada que se haga cargo del envío postal tendrá que identificar su personalidad mediante la exhibición de su documento nacional de identidad, pasaporte, permiso de conducción o tarjeta de residencia, salvo notorio conocimiento del mismo.
- d) El destinatario o la persona autorizada podrá rehusar el envío postal en el momento de la entrega en los siguientes supuestos:
- Antes de abrirlo si se trata de carta o paquete postal.
 - Antes de leerlo o examinarlo interiormente si se trata de otra clase de envíos. Se exceptúan los envíos contra reembolso, cuando el remitente lo autorice de forma expresa en la cubierta del mismo.
 - Si el destinatario de un objeto certificado no pudiera o no supiera firmar, lo hará en su lugar un testigo, debidamente identificado.
 - En ningún caso, podrá estampar su firma como testigo el empleado del operador postal que efectúe la entrega.
- e) Se entiende por domicilio:
- Tipo y denominación de la vía pública: nombre que identifique la calle, plaza, avenida, camino o carretera u otros.
 - Número de la finca: el que haya sido asignado por el Ayuntamiento de la localidad dentro de los existentes en la vía pública.
 - Datos de la vivienda o local: los que identifican al inmueble de forma singularizada en la inscripción existente en el Registro de la Propiedad.
 - Número de casillero domiciliario postal a continuación de las letras «CD».
 - Localidad: nombre de la población.
 - Código postal: el asignado a cada dirección postal.

C) Entrega de envíos postales mediante depósito en casilleros domiciliarios

- a) En inmuebles sujetos al régimen de propiedad horizontal, su número será igual al de locales y viviendas susceptibles de aprovechamiento independiente, con otro más señalizado con el número 1 y reservado para las devoluciones de envíos postales.
- b) Los casilleros domiciliarios deberán estar numerados, a partir del número 2, debiendo situarse correlativamente a contar de izquierda a derecha y de arriba abajo, ordenados por pisos y puertas. Estos datos se indicarán obligatoriamente en el casillero, pudiendo también figurar los nombres y apellidos de los residentes en la vivienda o la denominación social en caso de ser una persona jurídica el titular del local o vivienda.
- c) El bloque o bloques de casilleros domiciliarios se instalarán en un lugar de fácil acceso.
- d) Ante la falta de casilleros se comunicará a la comunidad de vecinos, a fin de que tomen las medidas oportunas para su instalación, advirtiéndoles que, mientras tanto, la entrega de los envíos en la oficina postal que corresponda.
- e) En los inmuebles que sean viviendas unifamiliares o locales comerciales o industriales independientes, la entrega podrá hacerse en un casillero domiciliario situado cerca de la primera puerta de entrada o sobre ella, de forma que permita el depósito de los envíos desde el vial público.

D) Entrega de envíos postales en apartados

- a) Correos podrá establecer apartados y para la entrega de envíos postales.
- b) El resto de los operadores postales podrán establecer también apartados postales en sus dependencias.

E) Entrega de envíos postales en oficina

Se entregará en oficina todo envío que, por ausencia u otra causa justificada, no haya podido entregarse al destinatario o a la persona autorizada en su domicilio, comunicando su existencia mediante aviso de llegada depositado en el casillero domiciliario.

F) Entrega de envíos postales en entornos especiales o cuando concurren circunstancias o condiciones excepcionales

Se realizará a través de buzones individuales no domiciliarios y de casilleros concentrados pluridomiciliarios.

Tendrán la consideración de entornos especiales los siguientes supuestos:

- a) Cuando se trate de viviendas aisladas o situadas en entornos calificados como diseminados y estén situadas a más de 250 metros de la vía pública habitualmente utilizada por cualquiera de los servicios públicos.

El reparto se realizará mediante buzones individuales o agrupados ubicados al paso o en un punto de aproximación entre las viviendas y la vía de circulación.

- b) En entornos de gran desarrollo de construcción y mínima densidad de población, entendiendo por tal desarrollos de construcción horizontal, que sean viviendas individuales o agrupadas, naves industriales o cualquier otro tipo de edificación individualizada.

- c) En estos entornos el reparto se realizará mediante casilleros concentrados pluridomiciliarios cuando concurren, al menos, dos de las siguientes condiciones:

- El número de habitantes censados sea igual o inferior a 25 por hectárea, considerando a estos efectos la superficie urbana.
- El número de viviendas o locales sea igual o inferior a 10 por hectárea, considerando a estos efectos la superficie urbana.
- El volumen de envíos ordinarios en el entorno no exceda de 5 envíos semanales, de media por domicilio y en cómputo anual.

- d) En otros entornos especiales, considerando, a efectos postales, los siguientes:

- Mercados, centros comerciales... (concentración de establecimientos independientes de carácter comercial o de servicios).
- Conjunto residencial de inmuebles que sean viviendas unifamiliares con un único número de policía y sin identificación oficial individualizada.

G) Entregas especiales de envíos postales

- a) Envíos dirigidos a personas fallecidas.- serán entregados a sus herederos o a aquellos que tengan la administración de la herencia, justificada su cualidad de tales, salvo los que tengan la naturaleza de carta.
- b) Envíos dirigidos a comerciantes constituidos en quiebra o personas declaradas en concurso de acreedores.- se entregarán a los síndicos o a las personas designadas al efecto por la autoridad competente.
- c) Envíos dirigidos a unidades militares o entidades análogas se entregarán, salvo que medie oposición expresa de los destinatarios de los envíos, a las personas autorizadas.
- d) Envíos ordinarios dirigidos a clientes o residentes de hoteles, pensiones y colegios podrán entregarse, salvo que medie oposición expresa de los destinatarios, a la persona autorizada en ellos para su recepción. En el caso de envíos certificados podrán, si media autorización expresa del destinatario de los mismos, ser entregados a la misma persona autorizada.
- e) Envíos postales ordinarios.- podrán entregarse a los porteros, encargados o gerentes de los edificios, siempre que no medie oposición expresa de los destinatarios de los mismos. En el caso de que se trate de certificados, deberá mediar autorización expresa de los destinatarios.

H) Admisión de notificaciones de órganos administrativos

Requiere que en el envío conste la palabra «Notificación», y, debajo de ella y en caracteres de menor tamaño, el acto a que se refiera (citación, requerimiento, resolución) y la indicación «Expediente núm...» o cualquier otra expresión que identifique el acto a notificar. Estos envíos se acompañarán del documento justificativo de su admisión.

I) Entrega de notificaciones de órganos administrativos y judiciales

- a) Tendrá como efecto la constancia fehaciente de su recepción.
- b) Estará a lo dispuesto en la Ley 30/1992 de RJAP y PAC.
- c) En el domicilio del interesado, cuando no está presente, podrá hacerse cargo de la misma cualquier persona que se encuentre en el domicilio y haga constar su identidad.

- d) En la entrega constará fecha, identidad, número de DNI o documento sustitutivo y firma del interesado o persona que pueda hacerse cargo de la notificación. En la documentación del ACR y aviso de recibo constará los mismos datos y el empleado del operador postal deberá hacer constar su firma y número de identificación.

J) Supuestos de notificaciones con dos intentos de entrega

- a) Si nadie pudiera hacerse cargo de la misma, se hará constar en toda la documentación y en el aviso de recibo, junto con el día y la hora en que se intentó la misma, intento que se repetirá por una sola vez y en una hora distinta dentro de los tres días siguientes
- b) Si practicado el segundo intento, este resultase infructuoso, se consignará dicho extremo en toda la documentación y en el aviso de recibo junto con el día y la hora en que se realizó el segundo intento.
- c) Una vez realizados los dos intentos sin éxito, se depositará en Lista las notificaciones, durante el plazo máximo de un mes (en la actualidad son 7 días naturales), dejando aviso de llegada en el casillero domiciliario.
- d) Si estando en el domicilio la persona que pueda recibir la notificación, se niega a aceptarla y a manifestar por escrito dicha circunstancia con su firma, identificación y fecha en la documentación, se entenderá que no quiere hacerse cargo de la misma, hecho que se hará constar en la documentación y aviso de recibo, junto con el día y la hora en que se intentó la misma, repitiéndose el intento en una hora distinta dentro de los tres días siguientes.
- e) Si practicado el segundo intento, este resultase infructuoso se consignará dicho extremo en la toda la documentación y en el aviso de recibo junto con el día y la hora.

K) Supuestos de notificaciones con un intento de entrega

- a) Que la notificación sea rehusada o rechazada por el interesado o su representante y así conste por escrito.
- b) Que la notificación tenga una dirección incorrecta.
- c) Que el destinatario de la notificación sea desconocido.
- d) Que el destinatario de la notificación haya fallecido.

L) Entrega de notificaciones a personas jurídicas y organismos públicos

- a) En el caso de personas jurídicas, se realizará al representante de estas, o bien, a un empleado de la misma, haciendo constaren toda la documentación su identidad, firma y fecha de la notificación, estampando, asimismo, el sello de la empresa.
- b) En el caso de organismos públicos se realizará a un empleado de los mismos, haciendo constaren toda la documentación su identidad, firma y fecha de la notificación, estampando, asimismo, el sello del organismo público, pudiendo entregarse en el Registro general del organismo bastando así el sello de entrada.

Normas de Calidad

Plazos de expedición

El Reglamento de Prestación de los Servicios Postales aprobado por Real Decreto 1829/1999, en la **redacción original** de su artículo 45 señalaba:

- a) El plazo de expedición de extremo a extremo es el transcurrido desde la fecha de depósito en el punto de acceso a la red hasta la fecha de entrega al destinatario.
- b) Los plazos de expedición en el ámbito nacional son:
 - Para cartas y tarjetas postales, un plazo de D+3, que deberá cumplirse para el 92 % de estos envíos. Este cumplimiento deberá alcanzar el 98,5 % de los envíos en el plazo D+5.
 - Para paquetes postales de hasta 10 kilogramos de peso, un plazo de D+3 en el 75 % de los envíos y de D+5 en el 90 %.
 - Para los giros, el plazo será de D+3 en un 93 % y de D+5 en un 98 %.
- c) En los servicios transfronterizos intracomunitarios ios fija la Directiva Comunitaria (en relación con el plazo medio de expedición de la categoría normalizada más rápida, de D+3 en un 85 % y de D+5 en un 97 %).

No obstante, dicho Reglamento, en su artículo 45, **modificado por el Real Decreto 503/2007**, señala **cuáles son en la actualidad** los plazos de expedición para el Servicio Postal Universal.

Los plazos medios de expedición y normas de regularidad, en el ámbito nacional, serán:

- a) Para cartas y tarjetas postales, un plazo de D+3, que deberá cumplirse para el 93 % de estos envíos. Este cumplimiento deberá alcanzar el 99 % de los envíos en el plazo D+5.
- b) Para paquetes postales de hasta 10 kilogramos de peso, un plazo de D+3 en el 80 % de los envíos y de D+5 en el 95 %.
- c) Para los giros, el plazo será de D+3 en un 95% y de D+5 en un 99 %.

Los porcentajes establecidos en el apartado anterior podrán ser revisados y actualizados mediante orden del Ministro de Fomento.

Atención al usuario

- a) La regularidad en la prestación del servicio postal universal se mide a través de un índice, en función de la atención al cliente en oficinas.
- b) El grado de fiabilidad de los servicios postales será determinado en función del porcentaje anual de reclamaciones formuladas ante el Órgano Regulador.

Valoración de la calidad del servicio postal universal

- a) El Plan de prestación del servicio postal universal incluye los compromisos de calidad, en particular los referidos a los plazos de expedición, la regularidad y la fiabilidad de los servicios exigibles a Correos.
- b) Estos compromisos podrán ser desagregados, en los ámbitos urbano, intraprovincial, e interprovincial.
- c) El control de calidad del funcionamiento corresponderá a la Subsecretaría de Fomento como mínimo una vez al año.

Red postal pública

Se entiende por red postal pública el conjunto de los medios de todo orden empleados por el operador al que se ha encomendado la prestación del servicio postal universal, que permiten:

- a) La recogida, la admisión y la clasificación de los envíos incluidos en el SPU.
- b) El tratamiento, el curso y el transporte de estos envíos.

c) La distribución y la entrega.

Se garantiza el acceso a la red postal pública a todos los usuarios y, en su caso, a los operadores postales a los que se les impongan obligaciones de servicio universal, en condiciones de transparencia, objetividad y no discriminación.

Obligaciones de Servicio Público

- a) Obligaciones por Servicio Postal Universal
- b) Correos tiene otras, cuando así lo exijan razones de interés general, cohesión social o territorial, mejora de la calidad de la educación y protección civil o cuando sea necesario para salvaguardar el normal desarrollo de los procesos electorales, de conformidad con lo dispuesto en la normativa que regula el régimen electoral general.

Servicio postal financiero

A) Servicio de giro postal:

- Ya no existe reserva de ningún producto a Correos.

Este servicio implica la entrega al destinatario o a la persona autorizada del importe económico en la dirección indicada, en su caso, admitiendo en su ejecución distintas calidades, en función de las formas de entrega.

- El plazo para el cobro de los giros en destino termina el día 25 del mes siguiente al de su imposición o el posterior hábil, si aquel fuere festivo. Si el cobro no pudiese efectuarse, se procederá a su devolución al expedidor al finalizar dicho plazo, permaneciendo en la oficina pagadora correspondiente a la dirección postal del remitente del giro hasta el día 25 del mes siguiente.
- Los giros devueltos a sus remitentes y no cobrados por estos dentro del plazo señalado en el apartado anterior se declararán sobrantes al expirar dichos plazos, quedando sus importes en el depósito durante dos años.
- Los giros procedentes de envíos gravados con reembolso que no hayan podido pagarse al destinatario permanecerán en la oficina correspondiente a la dirección postal de aquel hasta el día 25 del mes siguiente a la fecha de su formalización, o el posterior hábil si fuera festivo, fecha a partir de la cual les será de aplicación lo dispuesto en el apartado anterior.

- Los importes de los giros cuyo plazo de retirada haya expirado y transcurridos dos años desde el día de su imposición no hubieran sido reclamados por el remitente o destinatario, quedarán en depósito, prescribiendo a los 4 años.
- Procedimiento de pago:
 - a) Los giros deberán abonarse al propio destinatario o persona autorizada por escrito.
 - b) No se efectuará el pago de un giro a su destinatario cuando la autoridad judicial haya ordenado su suspensión o embargo.
- Propiedad y procedimiento de reclamación:
 - a) El importe de los giros es propiedad del remitente mientras no llegue a poder del destinatario.
 - b) Podrá reclamarse el importe de los giros durante el plazo de dos años desde la fecha de imposición, previa exhibición del correspondiente resguardo.
 - c) Solamente podrán facilitarse informes a los remitentes o destinatarios de los giros, a sus representantes legales o apoderados o a la autoridad judicial competente, manteniéndose en los demás casos el secreto profesional.

Sistemas de pago

- a) El pago de los servicios postales podrá efectuarse por cualquiera de los siguientes sistemas de franqueo: sellos de correos, sobres, tarjetas y cartas-sobre con sellos o signos distintivos previamente estampados.
- b) Son medios de pago alternativos a los sistemas de franqueo, las impresiones de máquinas de franquear las estampillas de franqueo, el franqueo de pago diferido, el franqueo en destino y el prepago.
- c) Sellos de correos:
 - El franqueo, mediante sellos, requerirá su incorporación a la cubierta del envío de que se trate, adhiriéndose siempre que sea posible, en una única fila horizontal, en el ángulo superior derecho de la misma en que figura la dirección.

- En el lado de la dirección de los envíos solo podrán adherirse sellos de correos o etiquetas de servicio, pero nunca viñetas o etiquetas benéficas.

d) Sellos u otros signos distintivos previamente estampados:

- Servirán como franqueo y su venta (sobres o tarjetas) será simultánea

e) Emisiones de signos de franqueo:

- Serán propuestas por Correos y autorizadas, conjuntamente, por los Ministerios de Fomento y de Economía y Hacienda.

f) Medios de pago alternativos:

Se encuentran las impresiones de máquinas de franquear, las estampillas de franqueo, el franqueo de pago diferido, el franqueo en destino y el prepago:

- Impresiones de máquinas de franquear.

El franqueo de los envíos postales puede efectuarse, en sustitución de los sellos o simultáneamente con ellos, por medio de impresiones o estampaciones realizadas con máquinas de franquear de modelos autorizados por el Correos.

- Estampillas de franqueo.

Las estampillas de franqueo reflejarán el valor de la tarifa o precio exigido por la prestación del servicio de que se trate, adhiriéndose a la cubierta de los envíos.

- Franqueo de pago diferido.

Previo contrato con el remitente, los envíos circularán con una identificación de este medio de pago, procediéndose al pago del servicio correspondiente en el momento, lugar y condiciones que establezca Correos. Podrá ser establecido como Franqueo Pagado o Franqueo Concertado.

- Franqueo en destino.

En los casos y con los requisitos y condiciones que determine Correos. El pago por la prestación del servicio correspondiente podrá efectuarse no en origen, sino en destino.

- Prepago.

El sistema de prepago permite que los sobres o embalajes que contengan los envíos postales incorporen el precio o tarifa de la prestación postal.

Autorizaciones para el franqueo por medio de máquinas

a) Autorizaciones.

- Se podrá autorizar a entidades públicas o privadas y a personas físicas.

b) Procedimiento.

- Se deberán solicitar, por escrito, al órgano que determine Correos.
- Correos deberá contestar dicha solicitud en el plazo de dos meses contados desde la recepción de la misma, entendiéndose denegada en ausencia de contestación.

c) Contenido.

- La autorización no atribuye otro derecho que el uso de la máquina concedida.
- Tanto la autorización como la máquina no podrán ser cedidas o transmitidas a otra persona distinta del autorizado.
- La entidad o persona física autorizada responderá de cualquier daño o perjuicio producido.

d) Revocación.

Las autorizaciones de uso de máquinas de franquear podrán ser revocadas, en cualquier momento, sin derecho a ninguna indemnización.

e) Garantías de uso.

Para garantizar el adecuado uso de la máquina de franquear el operador al que se ha encomendado la prestación del servicio postal universal podrá:

- Exigir la fianza adecuada para garantizar los daños que se puedan producir por el indebido uso de la máquina.
- Acceder a la ubicación física donde esté situada la misma a efectos de comprobar su correcto uso.
- Establecer los mecanismos de control adecuados para garantizar el buen uso en la máquina.

Irregularidades en Materia de Franqueo

a) Insuficiencia de franqueo.

- Los envíos a circular por el territorio nacional sin franqueo o con franqueo insuficiente deberán abonar en concepto de insuficiencia de franqueo, como mínimo, el doble de dicha insuficiencia, que será satisfecha por el remitente o por el destinatario.
- A los envíos postales no franqueados o con franqueo insuficiente que vayan destinados o que procedan del extranjero les será de aplicación la normativa internacional.

b) Infracciones en materia de franqueo.

- A los envíos postales franqueados con sellos o signos falsos o caducados les será aplicable lo dispuesto en el caso de insuficiencia de franqueo, sin perjuicio de las sanciones de otro orden que le puedan corresponder según la legislación vigente.

Distribución de medios de franqueo

a) Derecho exclusivo de distribución.

Correos ostenta el derecho a la utilización exclusiva de la denominación «Correos», del término «España», o de cualquier otro signo que lo identifique.

b) Distribución de sellos u otros medios de franqueo.

Correos podrá vender todos los sistemas de pago de los servicios incluidos en el ámbito del servicio postal universal, siempre que aquellos sean susceptibles de distribución minorista, tanto a través de los diferentes puntos que conforman su red postal pública, como a través de oficinas de terceros, con los que celebre el correspondiente contrato.

3. Autoridad nacional de reglamentación postal.

La Autoridad Nacional de Reglamentación, se ocupa del marco institucional y, en consecuencia, de los órganos administrativos competentes para la aplicación de la Ley Postal 43/2010, de 30 de diciembre. Se establece que tendrá la consideración de Autoridad Nacional de Reglamentación Postal el Gobierno, los órganos superiores y directivos del Ministerio de Fomento con competencias en esta materia y la propia Comisión Nacional del Sector Postal ([en la actualidad la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia](#)). Asimismo, se regula como máximo órgano de participación de las Administraciones públicas, los operadores, los usuarios, organizaciones sindicales y asociaciones filatélicas, al que corresponderán las funciones de consulta que se le atribuyan.

NOTA: a fecha de hoy, la **Ley 3/2013, de 4 de junio, de creación de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia** ha derogado la Comisión Nacional del Sector Postal.

LEY 3/2013, DE 4 DE JUNIO, DE CREACIÓN DE LA COMISIÓN NACIONAL DE LOS MERCADOS Y LA COMPETENCIA

El objeto de esta Ley es la creación de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, que agrupará las funciones relativas al correcto funcionamiento de los mercados y sectores supervisados por la Comisión Nacional de Energía, la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones, la Comisión Nacional de la Competencia, el Comité de Regulación Ferroviaria, la Comisión Nacional del Sector Postal, la Comisión de Regulación Económica Aeroportuaria y el Consejo Estatal de Medios Audiovisuales.

Artículo 8. Supervisión y control del mercado postal.

La Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia supervisará y controlará el correcto funcionamiento del mercado postal. En particular, ejercerá las siguientes funciones:

1. Velar para que se garantice el servicio postal universal, en cumplimiento de la normativa postal y la libre competencia en el sector, ejerciendo las funciones y competencias que le atribuye la legislación vigente, sin perjuicio de lo indicado en la Disposición adicional undécima de esta Ley.
2. Verificar la contabilidad analítica del operador designado y el coste neto del servicio postal universal y determinar la cuantía de la carga financiera injusta de la prestación de dicho servicio de conformidad con lo establecido en el Capítulo III del Título III de la Ley 43/2010,

de 30 de diciembre, del servicio postal universal de los derechos de los usuarios y del mercado postal, así como en su normativa de desarrollo.

3. Gestionar el Fondo de financiación del servicio postal universal y las prestaciones de carácter público afectas a su financiación de conformidad con lo establecido en el Capítulo III del Título III de la Ley 43/2010, de 30 de diciembre, y en su normativa de desarrollo.
4. Supervisar y controlar la aplicación de la normativa vigente en materia de acceso a la red y a otras infraestructuras y servicios postales, de conformidad con lo establecido en el Título V de la Ley 43/2010, de 30 de diciembre, así como en su normativa de desarrollo.
5. Realizar el control y medición de las condiciones de prestación del servicio postal universal, de conformidad con lo establecido en el Capítulo II del Título III de la Ley 43/2010, de 30 de diciembre, así como en su normativa de desarrollo.
6. Gestionar y controlar la utilización del censo promocional conforme a lo definido en el artículo 31 de la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal, conforme a lo que se determine reglamentariamente.
7. Dictar circulares para las entidades que operen en el sector postal, que serán vinculantes una vez publicadas en el «Boletín Oficial del Estado».
8. Emitir el informe previsto en la Disposición adicional segunda de la Ley 43/2010, de 30 de diciembre, para el seguimiento de las condiciones de prestación del servicio postal universal.
9. Realizar cualesquiera otras funciones que le sean atribuidas por Ley o por Real Decreto.

Disposición adicional undécima. *Funciones que asume el Ministerio de Fomento en relación con el sector postal.*

En materia postal, el Ministerio de Fomento asumirá las siguientes funciones:

1. Informar a los usuarios sobre los operadores postales, las condiciones de acceso, precio, nivel de calidad e indemnizaciones y plazo en el que serán satisfechas y en todo caso, realizar la publicación en el sitio web del Ministerio a que se refiere el artículo 9.2 de la Ley 43/2010, de 30 de diciembre.

2. Conocer de las controversias entre los usuarios y los operadores de los servicios postales en el ámbito del servicio postal universal, siempre y cuando no hayan sido sometidos a las Juntas Arbitrales de Consumo.
3. Conocer de las quejas y denuncias de los usuarios por incumplimiento de las obligaciones por parte de los operadores postales, en relación con la prestación del servicio postal universal, de conformidad con lo establecido en el Título II de la Ley 43/2010, de 30 de diciembre, y en su normativa de desarrollo.

El Ministerio de Fomento informará, al menos semestralmente, a la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia de las actuaciones realizadas, incluyendo información sobre el número de reclamaciones informadas, atendidas y tramitadas con el fin de facilitar las labores de supervisión del funcionamiento de los mercados minoristas por parte de este organismo.

4. Ejercer la potestad de inspección y sanción en relación con las funciones mencionadas en los apartados anteriores.
5. Otorgar las autorizaciones singulares y recibir las declaraciones responsables que habilitan para la actividad postal y gestionar el Registro General de empresas prestadoras de servicios postales, de conformidad con lo establecido en el Título IV de la Ley 43/2010, de 30 de diciembre, del servicio postal universal, de los derechos de los usuarios y del mercado postal, así como en su normativa de desarrollo.

Recuerda que...

El artículo 40 de la Ley Postal señala que "Quienes pretendan prestar servicios postales no incluidos en el ámbito del servicio postal universal deberán presentar previamente a la Comisión Nacional del Sector Postal una declaración responsable conforme a lo previsto en este capítulo" (en la actualidad el Organismo que tiene la competencia es el Ministerio de Fomento, a través de la Subdirección General de Régimen Postal).

Anexo: Tasas por prestación de servicios y realización de actividades en relación con el sector postal:

A) Tasa por inscripción en el Registro General de empresas prestadoras de servicios postales.

1. Hecho imponible.

Constituye el hecho imponible de la tasa la inscripción y renovación de la inscripción en el Registro General de empresas prestadoras de servicios postales.

2. Devengo.

La tasa se devengará con la inscripción y renovación anual de la misma.

3. Sujetos pasivos.

Serán sujetos pasivos las personas físicas o jurídicas que presten servicios postales y figuren inscritas en el Registro General de empresas prestadoras de servicios postales.

Las empresas que presten simultáneamente servicios postales incluidos en el ámbito del servicio postal universal y servicios no incluidos en dicho ámbito, deberán estar inscritas en el Registro General de empresas prestadoras de servicios postales en las secciones correspondientes a tales servicios. Cada acto de inscripción y de renovación dará lugar al abono de la tasa pertinente.

4. Cuantías.

La cuota a ingresar será de 400 euros, que deberá abonarse en el momento en que se realice la inscripción en el Registro o la renovación de la misma.

5. Gestión.

La liquidación de la tasa por el Ministerio de Fomento se ajustará a lo que se disponga en orden ministerial dictada al efecto.

B) Tasa por la expedición de certificaciones registrales.

1. Hecho imponible.

Constituye el hecho imponible de la tasa la expedición de certificaciones registrales emitidas por el Registro General de empresas prestadoras de servicios postales.

No será aplicable la tasa en el caso de certificaciones emitidas con ocasión de la inscripción inicial o renovación de la misma en dicho Registro.

2. Devengo.

La tasa se devengará con la solicitud de la certificación registral.

3. Sujetos pasivos.

Serán sujetos pasivos las personas que soliciten la certificación.

4. Cuantías.

La cuota a ingresar será de 100 euros, que deberá abonarse de forma simultánea a la presentación de la solicitud.

5. Gestión.

La liquidación de la tasa por el Ministerio de Fomento se ajustará a lo que se disponga en orden ministerial dictada al efecto.

C) Tasas por la concesión de autorizaciones administrativas singulares.

La liquidación de la tasa por el Ministerio de Fomento seguirá exigiéndose en los términos establecidos en el artículo 32 de la Ley 43/2010, de 30 de diciembre, del servicio postal universal, de los derechos de los usuarios y del mercado postal.

Artículo 32 de la Ley 43/2010. Tasa por la concesión de autorizaciones administrativas singulares.

1. Para obtener la autorización administrativa singular que habilita para la prestación de servicios postales incluidos en el ámbito del servicio postal universal, las personas y entidades que lo soliciten deberán abonar una tasa que se destinará en su totalidad a la financiación de la carga financiera injusta a que se refiere el artículo 28 de la presente ley.
2. La gestión de este tributo corresponderá a la Comisión Nacional del Sector Postal.
3. Constituye el hecho imponible de la tasa la concesión de autorizaciones administrativas singulares para prestar servicios incluidos en el ámbito del servicio postal universal.
4. La cuota a ingresar, que deberá efectuarse previamente a la concesión de la autorización, será de 1.500 euros, sin perjuicio de las actualizaciones que puedan realizarse en las leyes de presupuestos generales del Estado de cada año.
5. Reglamentariamente se establecerá el procedimiento para su exacción y el modelo de impreso para su pago.

4. CNMC: funciones y competencias.

La Comisión Nacional del Mercado y Competencia trabaja para garantizar, preservar y promover el correcto funcionamiento del sector postal en beneficio de los consumidores y usuarios.

Principales funciones de la CNMC:

- a) **Revisión de precios.** Verifica que los precios y demás condiciones comerciales de los servicios postales cumplen los principios que establece la legislación.
- b) **Acceso a la red y otras infraestructuras postales.** Trabaja para garantizar el acceso de los operadores postales a la red postal pública y a otras infraestructuras de conformidad con los principios de transparencia, proporcionalidad y no discriminación.
- c) **Servicio postal universal y verificación de contabilidad analítica.** Verifica la contabilidad analítica del operador designado para prestar el servicio postal universal. Verificamos el coste neto del servicio postal universal y la carga financiera injusta derivada de su prestación. Y controlamos y medimos las condiciones de prestación del servicio postal universal.
- d) **Entornos especiales.** Autoriza excepciones a la entrega de los envíos postales ordinarios en el buzón domiciliario o la revisión de dicha situación.
- e) **Sancionadores.** Infracciones por incumplimiento de las obligaciones que establece la normativa postal.
- f) **Indicadores del sector.** Realiza el seguimiento de los principales indicadores del sector postal.
- g) **Actividad internacional.** Participa en distintos foros europeos junto con el resto de autoridades independientes y la Comisión Europea.
- h) **Informes y consultas.** Elabora informes sobre proyectos normativos, estudios y resolvemos consultas sobre materias que puedan afectar al desarrollo del mercado.

CONTENIDOS

Revisión de precios

Verifica que los precios del **servicio postal universal (SPU)** satisfacen los principios de asequibilidad, no discriminación, transparencia y orientación a costes, de forma que se incentive la prestación eficiente de estos servicios.

Revisa también los precios de los servicios postales prestados con obligaciones de servicio público con ocasión de la celebración de procesos electorales.

[Artículo 34 de la Ley 43/2010, de 30 de diciembre, del servicio postal universal, de los derechos de los usuarios y del mercado postal](#)

Además, se verifica que los precios y descuentos practicados a los clientes no suponen incremento de las necesidades de financiación del SPU y de la carga financiera injusta compensable al operador designado, y que dichos precios y las demás condiciones asociadas son transparentes y no discriminatorios.

[Artículo 35 de la Ley 43/2010, de 30 de diciembre, del servicio postal universal, de los derechos de los usuarios y del mercado postal](#)

Acceso a la red

Supervisa y controla la aplicación de la normativa vigente en materia de acceso a la red y a otras infraestructuras y servicios postales.

[Artículo 8 de la Ley 43/2010, de 30 de diciembre, del servicio postal universal, de los derechos de los usuarios y del mercado postal](#)

Se comprueba que las tarifas fijadas se ajustan a los principios de transparencia, no discriminación y cobertura del coste ocasionado al titular de la red y verificamos que estas tarifas no suponen incremento en las necesidades de financiación del SPU y de la carga financiera injusta compensable al operador prestador del servicio.

Se desarrolla los criterios para la determinación de tarifas de contratos.

Resuelve los conflictos entre operadores en relación con el acceso tanto a la red postal como a otros elementos de infraestructura y servicios.

Arbitra los conflictos entre operadores no designados para la prestación del SPU.

[Título V de la Ley 43/2010, de 30 de diciembre, del servicio postal universal, de los derechos de los usuarios y del mercado postal](#)

Contabilidad analítica del operador designado para prestar el Servicio Postal Universal

Verificación Contabilidad Analítica

Verificación anual de las cuentas analíticas del operador designado, comprobando, entre otras cosas, que diferencian de manera clara cada uno de los servicios y productos que forman parte del SPU y los demás servicios y productos.

[Artículo 26 de la Ley 43/2010, de 30 de diciembre, del servicio postal universal, de los derechos de los usuarios y del mercado postal](#)

Controlar y medir las condiciones de prestación del Servicio Postal Universal (SPU) en función de estos tres indicadores:

- Objetivos de plazo medio de expedición de cartas y tarjetas postales y paquete postal.
- Índice de tiempo medio de atención ordinaria al usuario en oficinas y locales de Correos
- Grado de fiabilidad medido a través del porcentaje anual de reclamaciones en el ámbito del SPU formuladas ante el Ministerio de Fomento sobre el total de las presentadas ante Correos.

Verificación coste neto y carga financiera injusta

Gestionar el Fondo de financiación del SPU y las prestaciones de carácter público afectas a su financiación.

[Capítulo III del Título III de la Ley 43/2010, de 30 de diciembre, del servicio postal universal, de los derechos de los usuarios y del mercado postal](#)

Anualmente, se verifica el coste neto de las obligaciones de servicio público del SPU impuestas al operador designado y se determina la cuantía de la carga financiera injusta que le comportan las obligaciones de servicio público del SPU.

[Artículos 27 y 28 de la Ley 43/2010, de 30 de diciembre, del servicio postal universal, de los derechos de los usuarios y del mercado postal](#)

Calidad del SPU

[Artículo 8.5 de la Ley 3/2013](#)

Entornos especiales

El operador designado para la prestación del **Servicio Postal Universal (SPU)** deberá realizar la entrega de los envíos en la dirección postal que figure en su cubierta, procurando la entrega de aquellos envíos postales cuya dirección, aun siendo incompleta, permita la identificación del destinatario. Las entregas se practicarán, al menos todos los días laborables, de lunes a viernes, salvo en el caso de concurrir circunstancias o condiciones geográficas especiales. En ese caso, se realizará una entrega en instalaciones apropiadas distintas al domicilio postal, que previamente habremos de autorizar mediante la definición de zonas de muy baja densidad de población, entre las que no se incluyen zonas rurales.

[Artículo 24 de la Ley 43/2010, de 30 de diciembre, del servicio postal universal, de los derechos de los usuarios y del mercado postal](#)

[Artículo 37 del Real Decreto 1829/1999 - Condiciones para la declaración de un entorno especial](#)

Sancionadores

Tiene las competencias para inspeccionar y sancionar en materia postal.

[Extracto de artículo 29 de la Ley 3/2013, de 4 de junio, de creación de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia](#)

La Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia ejercerá la potestad de inspección y sanción de acuerdo con lo previsto en (...) el título VII de la Ley 43/2010, de 30 de diciembre (...)

[Título VII de la Ley 43/2010, de 30 de diciembre, del servicio postal universal, de los derechos de los usuarios y del mercado postal](#)

Artículos 52-68, en especial, el artículo 59 describe las infracciones muy graves, el artículo 60 las graves y el artículo 61 las leves. Adicionalmente, el artículo 62 indica los rangos de las cuantías de las multas en esos tres tipos de sanciones.

También se pronuncia sobre aquellas denuncias referidas a contenidos en materia postal que no dan lugar a requerimientos o procedimientos sancionadores.

Indicadores del sector

Para realizar el seguimiento del sector postal, definimos los principales indicadores del mismo, segmentado en sector postal tradicional y sector de la mensajería y paquetería.

Con este fin, se solicita información periódicamente a los distintos operadores postales sobre su actividad, válida y se analiza los datos suministrados y calculando la evolución de los principales indicadores.

Reglamento sobre Servicios de Paquetería Transfronterizos

El 2 de mayo de 2018 se publicó el Reglamento (UE) 2018/644, del Parlamento Europeo y del Consejo, sobre los servicios de paquetería transfronterizos .

[Reglamento \(UE\) 2018/644, del Parlamento Europeo y del Consejo](#)

El Reglamento establece un conjunto de disposiciones para fomentar unos mejores servicios de paquetería transfronterizos en la Unión Europea. Estas disposiciones afectan a lo relativo a la supervisión de estos servicios, a la transparencia en los precios aplicados por los operadores, a la detección de tarifas excesivamente elevadas y a la información comunicada por los comerciantes a los consumidores en relación con los servicios de paquetería transfronterizos.

De esta manera, el citado texto establece una serie de obligaciones de información general (artículo 4.1 y 4.2), de actividad (artículo 4.3) y de precios (artículo 5.1) que los prestadores de servicios de paquetería obligados por el Reglamento deben proporcionar a la Autoridad Nacional de Reglamentación que, en el caso de España, es la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (en adelante, CNMC).

La información recabada servirá para mejorar la supervisión del mercado y para atender las obligaciones subsiguientes que establece el Reglamento para las Autoridades Nacionales de Reglamentación.

Así, las Autoridades Nacionales de Reglamentación están obligadas a comunicar a la Comisión Europea las listas públicas de tarifas obtenidas de los prestadores de servicios de paquetería transfronterizos. La Comisión Europea, a su vez, las publica en un sitio web específico, creado por ella misma a estos efectos, velando por el carácter neutro y no comercial del sitio, en concreto:

Tarifas públicas de servicios de paquetería transfronterizos

Adicionalmente, y partiendo de las listas de tarifas anteriores, las Autoridades Nacionales de Reglamentación determinarán, de entre las tarifas transfronterizas de servicios de paquetería que se originan en su Estado Miembro y que están sujetas a una obligación de servicio universal, aquellas que consideren necesario evaluar.

Las Autoridades Nacionales de Reglamentación enviarán dicha evaluación a la Comisión Europea facilitándole una versión no confidencial que será la que publique la Comisión Europea. Puede consultar las versiones no confidenciales de las evaluaciones realizadas por las Autoridades Nacionales de Reglamentación en:

Evaluación de las tarifas transfronterizas aplicables a los paquetes por unidades

En el Reglamento (Art. 8.1) se establece que los Estados Miembros definirán el régimen de sanciones aplicables a cualquier infracción del contenido del Reglamento y adoptarán las medidas necesarias para garantizar su ejecución. En el caso de España, el régimen de derecho interno aplicable a cualquier infracción del Reglamento viene establecido en la Ley 43/2010, de 30 de diciembre, del servicio postal universal, de los derechos de los usuarios y del mercado postal, en los siguientes artículos:

- 59.g** (infracción muy grave por incumplimiento reiterado de instrucciones o circulares dictadas por la CNMC);
- 60.b** (infracción grave por incumplimiento reiterado de las obligaciones de suministro de información a la Autoridad Nacional de Reglamentación, ya sean exigidas por normas de carácter general o por requerimiento individual);
- 61.a** (infracción leve por falta de comunicación o negativa a facilitar, en el plazo concedido al efecto, los documentos, datos, informes o antecedentes requeridos por la Autoridad Nacional de Reglamentación, siempre y cuando no tenga carácter grave); y art. 62 (sanciones).

La Comisión Europea hará una evaluación de la aplicación del Reglamento a más tardar el 23 de mayo de 2020.

¿Cómo cumplir con las obligaciones de remisión de información a las Autoridades Nacionales de Reglamentación?

Seguidamente se proporciona información sobre cómo dar cumplimiento al Reglamento (UE) 2018/644 sobre los servicios de paquetería transfronterizos.

Información sobre precios aplicables en 2020

¿Qué prestadores de servicios de paquetería han de enviar la información?

Todos los prestadores de servicios de paquetería transfronterizos establecidos en España salvo aquellos para los que, en el año 2019, hubieran intervenido por término medio menos de 50 personas en la prestación de servicios de paquetería en España. No obstante lo anterior, si el prestador estuviera establecido en más de un Estado Miembro, habrá de remitir la información con independencia de los efectivos asignados a la prestación de servicios de paquetería en 2019.

En el cómputo del personal afectado a la prestación de servicios de paquetería no se incluirá a las personas que hubieran trabajado en 2019 para los subcontratistas con quienes operase el prestador de servicios de paquetería transfronterizos. Si su empresa se organiza en una red compuesta de franquicias, agencias, corresponsales, colaboradores, filiales o vinculaciones análogas, los datos se facilitarán en un solo cuestionario por la empresa matriz, central, coordinadora, responsable de la marca o análoga.

En estos casos, para determinar los prestadores de servicios de paquetería obligados por el Reglamento, en el cómputo de personal afecto a la prestación de servicios, se incluirá a todos los empleados de todas las empresas que componen la red.

También para estos casos, al final del proceso, la empresa matriz, central, coordinadora, responsable de la marca o análoga deberá informar por medio de un escrito remitido por sede electrónica a la CNMC de la relación de los prestadores de servicios de paquetería respecto de los que comunicará las tarifas.

¿Cómo se envía la información?

La información sobre precios se enviará por medio de la aplicación PARCEL a la que se podrá acceder desde la página web de la CNMC.

Esta aplicación ha sido diseñada por la Comisión Europea y cuenta con un Manual de Usuario que podrá ser consultado en la misma página web. *Se recomienda acceder a la aplicación a través de los navegadores Firefox y Google Chrome.*

¿Qué pasos se han de dar para enviar la información?

Para poder acceder a la aplicación PARCEL, es preciso identificar previamente a la persona que guardará la información de precios por indicación del prestador de servicios de paquetería. Si ya realizó esta identificación en años anteriores y la persona sigue siendo la misma, no será necesario realizar este trámite.

Si no ha realizado nunca esa identificación o, habiéndola hecho, ha cambiado la persona, la propia entidad obligada presentando su certificado de persona jurídica, o su representante debidamente acreditado frente a la CNMC, enviará por sede electrónica antes del 31 de enero de 2020 un escrito a la atención de la Subdirección de Análisis de Mercados identificando a la persona autorizada a guardar la información relativa a los precios en la aplicación PARCEL.

En este escrito se indicará:

- *Asunto: “Precios Reglamento Paquetería 2020 - nombre de la empresa”.*
- *Cuerpo del escrito:*
 1. *Nombre del prestador de servicios de paquetería y NIF.*
 2. *Nombre del representante y NIF.*

3. *Nombre, apellidos y dirección de correo electrónico de la persona autorizada a guardar los datos relativos a los precios en la aplicación PARCEL.*

¿Cómo acceder a la aplicación PARCEL?

La persona identificada para guardar los precios en la aplicación PARCEL habrá de registrarse en ella si no lo estuviera de años anteriores para obtener un nombre de usuario y una contraseña. Una vez obtenidos el usuario y la contraseña, tendrá que entrar de nuevo en la aplicación para que, después de las correspondientes verificaciones, la CNMC le active como usuario. Si dicho usuario estuviera ya activado en PARCEL por haber remitido la información en años anteriores, puede entrar directamente en PARCEL.

Con posterioridad, la CNMC le comunicará el momento en que podrá comenzar a remitir la información sobre precios requerida. Esta comunicación no se producirá antes del 8 de enero de 2020.

¿De qué plazo se dispone para enviar la información sobre precios?

La información sobre precios habrá de remitirse entre el 8 de enero de 2020 y el 31 de enero de 2020.

¿Qué información sobre precios se ha de remitir?

La información a remitir consistirá en la lista pública de tarifas aplicables el 1 de enero de 2020 para los envíos postales por unidades, distintos de los envíos de correspondencia, pertenecientes a las categorías enumeradas a continuación (anexo del Reglamento (UE) 2018/644 sobre servicios de paquetería transfronterizos):

- b) carta ordinaria (nacional y dentro de la Unión) de 500 g;
- c) carta ordinaria (nacional y dentro de la Unión) de 1 kg;
- d) carta ordinaria (nacional y dentro de la Unión) de 2 kg;
- e) carta certificada (nacional y dentro de la Unión) de 500 g;
- f) carta certificada (nacional y dentro de la Unión) de 1 kg;
- g) carta certificada (nacional y dentro de la Unión) de 2 kg;
- h) carta con servicio de seguimiento y localización (nacional y dentro de la Unión) de 500 g;
- i) carta con servicio de seguimiento y localización (nacional y dentro de la Unión) de 1 kg;
- j) carta con servicio de seguimiento y localización (nacional y dentro de la Unión) de 2 kg;

- k) paquete ordinario (nacional y dentro de la Unión) de 1 kg;
- l) paquete ordinario (nacional y dentro de la Unión) de 2 kg;
- m) paquete ordinario (nacional y dentro de la Unión) de 5 kg;
- n) paquete con servicio de seguimiento y localización (nacional y dentro de la Unión) de 1 kg;
- o) paquete con servicio de seguimiento y localización (nacional y dentro de la Unión) de 2 kg;
- p) paquete con servicio de seguimiento y localización (nacional y dentro de la Unión) de 5 kg.

Los envíos postales enumerados en las letras a) a o) deben cumplir los criterios siguientes:

- a) los límites de tamaño de los envíos postales enumerados en las letras a) a i) (cartas) deben ajustarse a la norma siguiente: Longitud, anchura y grosor, combinados: 900 mm; la mayor de estas dimensiones no debe exceder los 600 mm y la más pequeña debe exceder los 20 mm;
- b) los paquetes enumerados en las letras j) a o) no tendrán unas dimensiones menores de las prescritas para los enumerados en las letras a) a i).

Elementos que deben tenerse en cuenta a la hora de comunicar la información sobre las tarifas correspondientes a las letras a) a o):

(*) Las tarifas correspondientes a los envíos postales deben ser tarifas por unidad y no deben incluir ningún descuento especial por los volúmenes o por cualquier otro trato especial.

(**) El importe de las tarifas se notificará sin IVA a la red de autoridades nacionales de reglamentación.

(***) Los prestadores que ofrezcan más de un envío postal conforme a los criterios establecidos anteriormente deberían comunicar la tarifa más baja.

(****) Las tarifas mencionadas corresponderán a envíos postales entregados a domicilio o en otras instalaciones del destinatario en el Estado miembro de destino, o bien en otras instalaciones a petición del destinatario si la tarifa de que se trate incluye esta opción sin costes adicionales.

¿Dónde puedo contactar en caso de duda?

En caso de duda a la hora de llevar a cabo los trámites anteriores, remita un correo electrónico a la siguiente dirección: dtsp.analisismercados@cnmc.es

Otra información a proveer distinta de los precios

En cumplimiento de lo dispuesto en el artículo 4.4 del Reglamento (UE) 2018/644 sobre servicios de paquetería transfronterizos, la Comisión Europea aprobó el [Reglamento de Ejecución \(UE\) 2018/1263, de 20 de septiembre de 2018](#), por el que se establecen los formularios para la presentación de la información correspondiente a los apartados 1 y 3 del artículo 4 del Reglamento (UE) 2018/644 por parte de los prestadores de servicios de paquetería.

Para facilitar la obligación de remisión de esta información, la CNMC habilitará un procedimiento específico en el primer semestre de 2020.

Representación gráfica de los plazos

El siguiente gráfico resume las obligaciones de información que impone el Reglamento a los prestadores de servicios de paquetería (operadores), Autoridades Nacionales de Reglamentación (ANR) –en el caso de España, la CNMC tal y como se indicó previamente– y Comisión Europea (CE) en el tratamiento de datos de servicios de paquetería transfronterizos:

