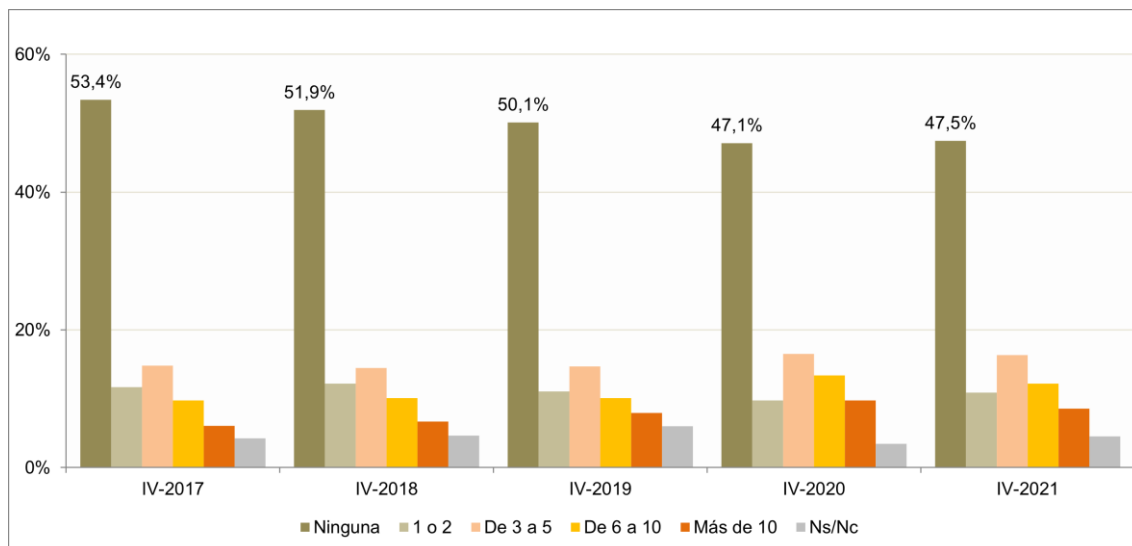


## La mitad de los españoles realizó una compra **online** en el último semestre del 2021

- Se duplica el número de personas que recoge sus paquetes en tiendas distintas al vendedor (como por ejemplo, supermercados, papelerías, etc.), aunque el domicilio sigue siendo el lugar preferido para recibir un paquete de una compra-venta online.
- Casi un 80% de españoles afirma no haber recibido ninguna carta de un particular en los seis últimos meses del pasado año.

**Madrid, 10 de junio de 2022.-** Casi la mitad de los españoles (48%) ha comprado online en el último semestre de 2021. La mayoría de estos compradores recibieron algún paquete asociado a alguna de sus compras online (94,3%), que acostumbra a recibirse, mayoritariamente, en el domicilio particular. El comercio online sigue haciendo crecer la importancia de la paquetería dentro del sector postal.

### Número de compras online en los últimos seis meses (porcentaje de individuos)



Universo: Individuos que han usado Internet alguna vez en los últimos tres meses. *Fuente: CNMC*

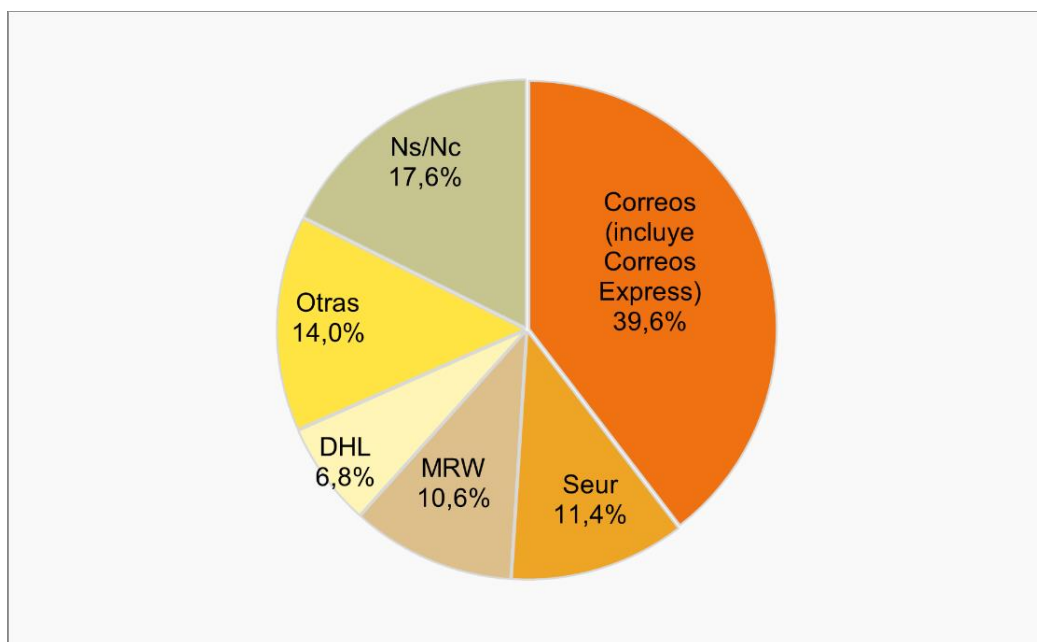
Estos datos aparecen reflejados en el [Panel de Hogares de la CNMC](#) sobre el sector postal y el comercio electrónico, relativos a la última mitad del año 2021.

Los datos exponen también que está aumentando el número de españoles que opta por recoger las compras en otras tiendas distintas a la del vendedor,

indicador que se ha duplicado con respecto al año anterior. Sin embargo, la inmensa mayoría que realiza compras online sigue recibiendo los paquetes en su casa.

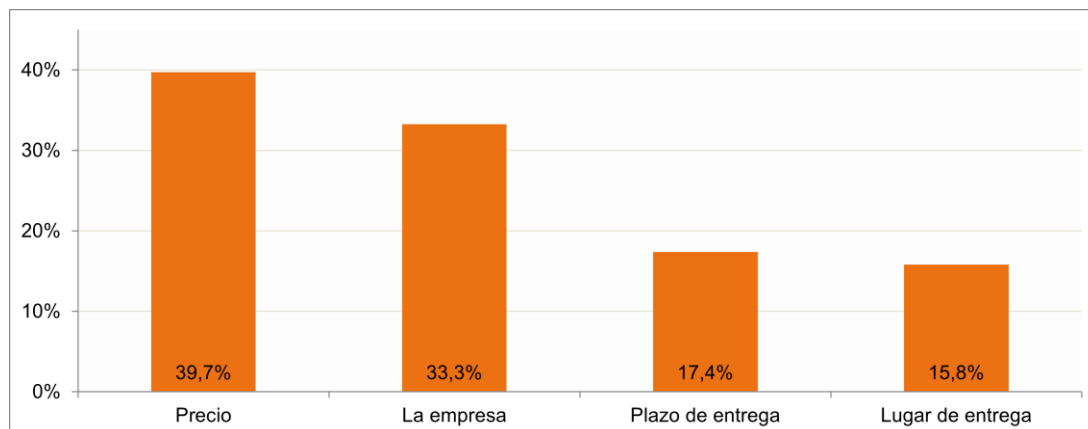
En lo referido a las empresas de reparto que les entrega las compras, Correos sigue siendo líder (39,6%) por delante de otras como Seur, MRW o DHL.

**Operador que repartió el último envío de comercio electrónico recibido (porcentaje de individuos, IV-2021)**



Universo: Individuos que han hecho alguna compra online en los últimos seis meses que comportaba la recepción de un paquete. *Fuente: CNMC*

El 87% de españoles no ha enviado ningún paquete en los últimos seis meses. Entre los que sí lo han hecho, acostumbran a ser envíos entre particulares y un 19,7% corresponde a devoluciones, cifra que ha crecido en los últimos años. A la hora de escoger operador postal, Correos se vuelve a colocar en cabeza y, entre los factores que determinan la elección de una u otra, sigue destacando el precio o la empresa.

**Factores que determinaron la elección de la empresa para realizar el envío (porcentaje de individuos, IV-2021)**

Universo: Individuos que han enviado un paquete en los últimos seis meses. *Fuente: CNMC*

La carta tradicional sigue perdiendo peso en la actividad postal, marcando de nuevo un mínimo histórico. El porcentaje de personas que no ha recibido ninguna carta de un particular en el periodo estudiado se coloca en el 77,2%.

Un 15,4% de los españoles ha recibido una notificación electrónica remitida por las instituciones públicas, un indicador que ha aumentado en los últimos años, con una diferencia de más de cinco puntos porcentuales con respecto al mismo periodo del año 2018.

Con respecto a las visitas a las oficinas postales, el motivo suele ser la recepción de algún tipo de paquete, seguido por el envío de cartas, que se mantiene en un descenso paulatino. Por otra parte, también ha aumentado en tres puntos porcentuales la cantidad de personas que acuden a una oficina para enviar paquetes (21,4%).

**Metodología**

Estos resultados forman parte del Panel de Hogares de la CNMC, una encuesta a hogares e individuos de periodicidad semestral. La CNMC pretende recopilar información directamente de los ciudadanos a través de encuestas y análisis de las facturas de los servicios. El estudio es de naturaleza multisectorial y recoge datos relativos a los mercados de telecomunicaciones, audiovisuales, energía, postal y transporte, entre otros. La encuesta de esta oleada se llevó a cabo en el cuarto trimestre de 2021 e incluyó a 5.016 hogares y 8.783 individuos. Esta herramienta aporta una información amplia y diversa, y permite a la CNMC conocer mejor el punto de vista de los consumidores. [CNMCData](#)