

Los paquetes ya superan a las cartas: la devolución online se convierte en la nueva prueba de confianza

Análisis de TienRank a partir de CNMC, CNMCData y ONTSI: España movió 1.334,8 millones de paquetes en 2025 y dos fuentes sitúan las devoluciones online en torno al 35% de compradores.

David Trotonda, TienRank | Valencia | Cierre: 2026-08-10

Resumen ejecutivo

España cruzó en 2025 un umbral simbólico y operativo: por primera vez se enviaron más paquetes que envíos postales tradicionales. La CNMC contabilizó 1.334,8 millones de envíos de mensajería y paquetería frente a 1.163,5 millones de cartas, tarjetas, publicidad directa y notificaciones. La diferencia fue de 171,3 millones de envíos y, en ingresos, la paquetería multiplicó por 6,4 al sector postal tradicional.

El cambio no es solo una sustitución de cartas por paquetes. La paquetería creció un 147,8% en volumen desde 2019, mientras el correo tradicional cayó un 52,1%. Los envíos de empresas a particulares representaron el 70,7% de la paquetería y los paquetes de hasta 2 kg, el 66,4% de los envíos. La logística de ecommerce ya no es una fase invisible: es una infraestructura de consumo masivo.

El comprador español ha incorporado esa infraestructura a sus expectativas. El Panel de Hogares de la CNMC muestra que el 61,2% de usuarios recientes de Internet recibió un paquete derivado de una compra online en el segundo semestre de 2025; solo el 10,3% recibió paquetes no vinculados al ecommerce. En el último paquete recibido de una compra online, el 83,2% no pagó gastos de envío.

La devolución aparece como el punto donde la promesa digital se comprueba después de la venta. CNMC estima que el 35,0% de quienes recibieron paquetes de compras online tuvo que devolver alguna compra; ONTSI, con otra encuesta y otro periodo, también sitúa en el 35,0% a los compradores online que devolvieron algún producto o servicio en 2024. Esa coincidencia no permite sumar universos, pero sí indica que la logística inversa ya forma parte normal de la experiencia ecommerce.

Los paquetes ya superan a las cartas

Análisis de TienRank a partir del Informe Postal 2025 de la CNMC, el Panel de Hogares y ONTSI: la entrega gratuita y la devolución ya forman parte del contrato de confianza del ecommerce.

1.334,8 M

paquetes enviados en 2025

171,3 M

paquetes más que envíos postales tradicionales

35,0%

compradores con devolución según CNMC y ONTSI

83,2%

no pagó envío en su último paquete ecommerce

16,0%

receptores de paquetes con algún problema

78,1%

aceptaría punto de recogida por descuento

Principales hallazgos

- La paquetería superó al sector postal tradicional en 2025: 1.334,8 millones de paquetes frente a 1.163,5 millones de envíos tradicionales, una diferencia de 171,3 millones.
- En ingresos, la distancia fue mayor: 7.324,6 millones de euros en paquetería frente a 1.146,2 millones en correo tradicional; la paquetería facturó 6,4 veces más.
- Desde 2019, los envíos de paquetería crecieron un 147,8%, mientras los envíos postales tradicionales cayeron un 52,1%.
- Los envíos de empresas a particulares concentraron el 70,7% de la paquetería, lo que equivale a unos 943,7 millones de paquetes B2C calculados por TienRank.
- El 61,2% de usuarios recientes de Internet recibió un paquete de compra online en el segundo semestre de 2025; el alcance fue 5,9 veces el de los paquetes no ligados al ecommerce.
- La devolución ya es un comportamiento masivo: CNMC y ONTSI sitúan en el 35,0% la proporción de compradores online que devolvió alguna compra o producto, aunque con bases y periodos distintos.
- El envío gratis domina la expectativa: ONTSI lo señala como el aspecto de entrega más importante para el 61,8% de compradores online y CNMC detecta que el 83,2% no pagó el envío de su último paquete ecommerce.

El paquete adelanta al correo tradicional

La CNMC registra en 2025 el primer año en el que la mensajería y paquetería supera al sector postal tradicional tanto en volumen como en ingresos. El salto es material: 1.334,8 millones de paquetes frente a 1.163,5 millones de envíos tradicionales. La diferencia, calculada por TienRank, es de 171,3 millones de envíos.

La brecha económica es aún más marcada. La paquetería generó 7.324,6 millones de euros, frente a 1.146,2 millones del sector postal tradicional. Es decir, 6,4 veces más ingresos. La lectura temporal refuerza el cambio: desde 2019 los envíos de paquetería crecieron un 147,8%, mientras los envíos tradicionales cayeron un 52,1%.

Este cruce de curvas no significa que toda la paquetería sea ecommerce. El informe sectorial incluye flujos B2B, B2C y C2X, y la categoría C2X agrupa paquetes de particulares a empresas o a otros particulares, incluidas devoluciones de ecommerce. La conclusión defendible es más precisa: el consumo digital ha desplazado el centro operativo del sector postal hacia el paquete.

SECTOR POSTAL

Los paquetes ya superan a las cartas

En 2025 la mensajería y paquetería movió 171,3 millones de envíos más que el sector postal tradicional. En ingresos, el negocio fue 6,4 veces mayor.

+147,8%

crecimiento de envíos de paquetería desde 2019

-52,1%

caída de envíos postales tradicionales desde 2019

Volumen de envíos, 2025

Paquetería



1334,8 M +147,8%

Postal tradicional



1163,5 M -52,1%

Ingresos, 2025

Paquetería



7324,6 M EUR +86,3%

Postal tradicional



1146,2 M EUR -17,1%

La paquetería se organiza alrededor del comprador final

Los envíos de empresas a particulares representaron el 70,7% de los paquetes en 2025. Aplicado al volumen total de la paquetería, TienRank calcula unos 943,7 millones de envíos B2C. El B2B quedó en el 24,9% y el C2X en el 4,5%. Esta composición sitúa el domicilio, el punto de conveniencia, la taquilla y la devolución como decisiones de diseño de canal, no como simples costes logísticos.

También importa el tamaño del paquete. La CNMC indica que los envíos de hasta 2 kg concentraron el 66,4% del volumen y el 47,2% de los ingresos. TienRank estima unos 886,7 millones de paquetes ligeros en 2025. En paralelo, los flujos nacionales representaron el 68,0% de los envíos, las importaciones el 20,5% y las exportaciones el 11,4%.

Para una tienda online, estos datos dibujan un mercado en el que el paquete pequeño, nacional o importado, compite por precio, trazabilidad y conveniencia. La logística de última milla ya no es solo ejecución: condiciona qué comercios pueden sostener promesas de entrega, qué costes absorben y qué margen queda para resolver devoluciones.

El envío gratis se ha convertido en la referencia mental

El Panel de Hogares de la CNMC muestra que el 61,2% de usuarios recientes de Internet recibió al menos un paquete derivado de una compra online durante el segundo semestre de 2025. La recepción de paquetes sin origen ecommerce fue del 10,3%. La distancia es de 50,9 puntos y el alcance relativo del paquete ecommerce es 5,9 veces mayor.

La gratuidad del envío aparece en dos mediciones distintas. En la última compra online con paquete, el 83,2% de los encuestados por la CNMC no pagó el envío. ONTSI, en su encuesta de compras online, identifica el envío gratis como el aspecto de entrega más importante para el 61,8% de las personas compradoras, por delante del tiempo de entrega, el seguimiento y la flexibilidad.

La gratuidad no elimina la sensibilidad al diseño logístico. Ante un descuento, el 78,1% aceptaría recoger el paquete en una tienda, oficina o taquilla autoservicio y el 57,6% aceptaría recibirlo más tarde. La oportunidad no está solo en prometer rapidez: está en explicar opciones, costes y compensaciones de forma comprensible antes del pago.

COMPRADOR Y ENTREGA

La logística decide la confianza tras pagar

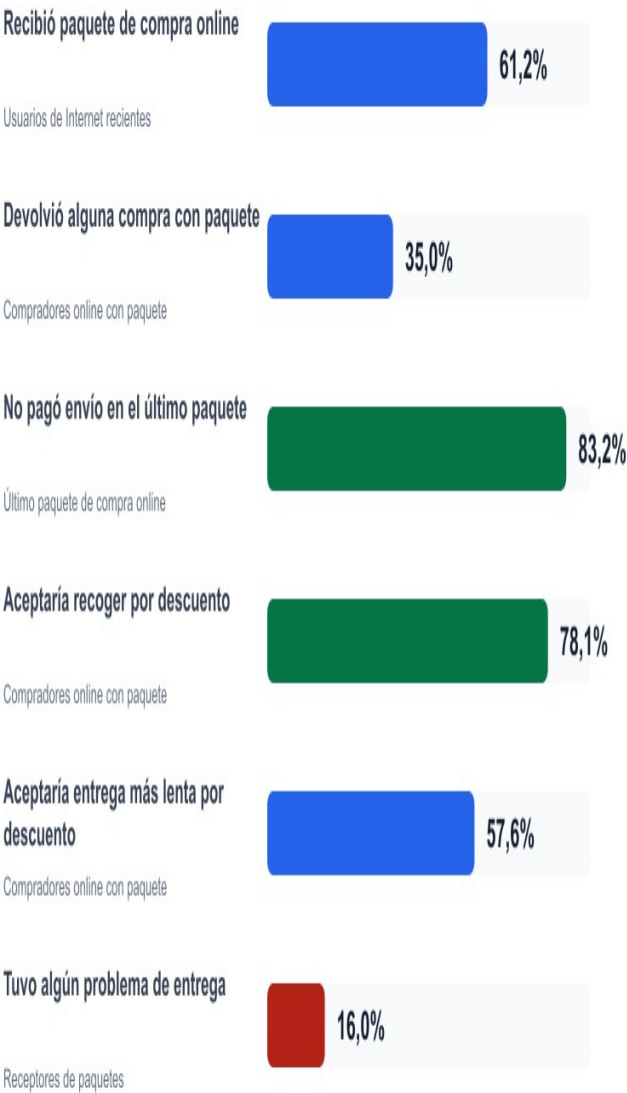
Los porcentajes no son aditivos: cada fila usa su base declarada. La lectura útil está en la combinación de alcance, devolución, coste, flexibilidad e incidencia.

5,9x

más alcance del paquete ecommerce que del paquete no ecommerce

21,4%

usuarios recientes con paquete ecommerce y devolución aproximada



La devolución ya forma parte normal del ecommerce

La devolución aparece con una consistencia llamativa en dos fuentes independientes. En el Panel de Hogares de la CNMC, el 35,0% de quienes hicieron compras online con recepción de paquete en los últimos seis meses tuvo que devolver alguna compra. En ONTSI, el 35,0% de compradores online declaró haber devuelto algún producto o servicio adquirido por Internet durante 2024.

No son el mismo universo ni el mismo periodo, por lo que no deben promediarse. Sí permiten una lectura operativa: la devolución no es una excepción residual. Si se aplica la tasa de ONTSI al universo de 29,4 millones de compradores online que recoge el propio informe, TienRank obtiene una estimación aproximada de 10,3 millones de compradores que devolvieron algo en 2024.

La moda concentra la señal: entre quienes realizan devoluciones, el 47,4% menciona ropa, zapatos o accesorios. El segundo grupo, equipamiento electrónico o electrodomésticos, queda en el 16,1%. La diferencia de 31,3 puntos no debe leerse como tasa de devolución por categoría vendida, pero sí como una alerta clara sobre tallas, expectativas visuales, guía de producto y coste de logística inversa.

DEVOLUCIONES

Moda concentra la devolución online

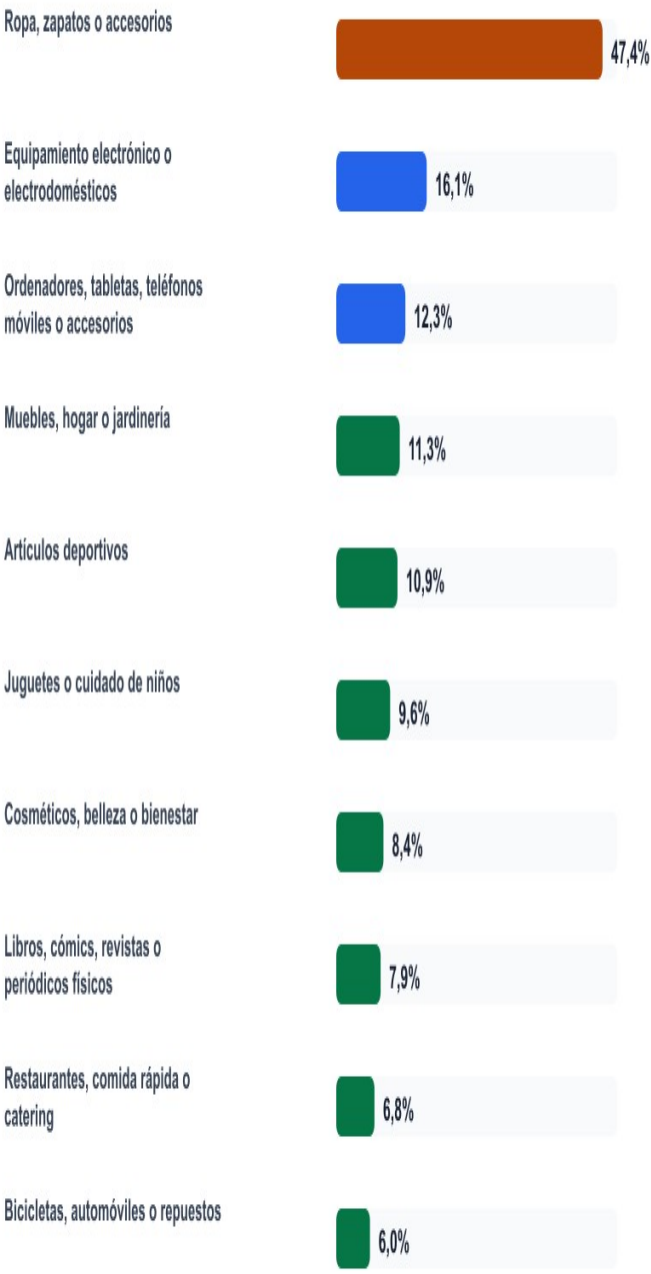
Entre quienes devuelven compras online, el 47,4% menciona ropa, zapatos o accesorios. No es una tasa por categoría, sino distribución declarada entre personas que realizan devoluciones.

35,0%

compradores online devolvieron algún producto o servicio

10,3 M

compradores aproximados con devolución en 2024



El problema no siempre es llegar tarde

La CNMC registra que el 94,8% recibió su último paquete ecommerce dentro del plazo previsto y solo el 4,4% lo recibió fuera de plazo. Sin embargo, cuando se pregunta por cualquier problema de entrega en los últimos seis meses, el porcentaje sube al 16,0% entre quienes recibieron paquetes de compra online o de otro tipo.

Entre quienes tuvieron problemas de entrega, el aviso de ausencia incorrecto fue el más frecuente, con un 45,2%. Le siguieron la pérdida o extravío de la mercancía, con un 26,9%; la necesidad de recoger en otro lugar tras aviso, con un 17,1%; la mercancía dañada, con un 15,3%; y la entrega a otra persona sin consentimiento, con un 13,2%.

ONTSI ofrece una mirada complementaria desde la compra online completa. El 24,5% de compradores declaró haber tenido algún problema durante 2024; entre quienes tuvieron problemas, los principales fueron retraso en la entrega, producto estropeado, llegada de un producto diferente, no recepción y problemas con la devolución. La incidencia logística y la posventa aparecen juntas.

La siguiente ventaja competitiva no es enviar más, sino resolver mejor

La investigación muestra un desplazamiento claro: el ecommerce no solo aumenta transacciones, también reorganiza el sistema postal alrededor de paquetes, entregas flexibles, costes de envío y devoluciones. Para el comprador, la experiencia no termina en el botón de pagar; se confirma cuando el paquete llega, cuando puede seguirlo, cuando entiende el coste y cuando puede devolver sin fricción opaca.

La conclusión práctica para tiendas, operadores y responsables de consumo es concreta. La promesa de envío gratis debe ser económicamente sostenible y transparente; las alternativas de entrega deben explicarse con ventajas reales; la información de devolución debe aparecer antes del pago; y los equipos de atención deben tratar la incidencia logística como parte central de la confianza, no como un asunto externalizado al operador.

El dato de 2025 no invita a celebrar simplemente que haya más paquetes que cartas. Invita a medir mejor qué ocurre después de la compra: cuántas entregas fallan, cuántas devoluciones se resuelven a tiempo, cuánto coste se traslada o se oculta y qué comercios pueden competir sin convertir la logística inversa en una pérdida permanente.

Tablas

Paquetería frente al correo tradicional

Métrica	Unidad	Paquetería	Postal tradicional	Diferencia	Porcentaje
Envíos	millones	1334,8	1163,5	171,3	14,9
Ingresos	millones EUR	7324,6	1146,2	6178,4	83,1

Métrica	Unidad	Paquete	Postal tradicional	Diferencia	Comentarios
Variancia en envíos	%	147,8	-52,1	199,9	
2019-2025					

Métrica	Unidad	Paquetería	Postal tradicional	Diferencia
Variancia ingresos 2019-2020	%	86,3	-17,1	103,4

Panel de Hogares CNMC

Indicador	Base	Porcentaje	Nota
Recibió paquete con origen compra online	Usuarios de Internet en los últimos tres meses	61,2 %	+31,9 pp frente a 2015
Recibió paquete sin origen compra online	Individuos	10,3 %	-6,6 pp frente a 2015
Devolvió alguna compra online con paquete	Compradores online con paquete en los últimos seis	35,0 %	Logística inversa

Indicador	Base	Porcentaje	Nota
	meses		
Domicilio o trabajo	Compradores online con paquete	89,1 %	Respuesta múltiple
Punto de conveniencia u oficina	Compradores online con paquete	27,7 %	Respuesta múltiple
Taquilla autoservicio	Compradores online con paquete	18,2 %	Respuesta múltiple
No pagó envío en el último paquete	Último paquete de compra online	83,2 %	Incluye importe mínimo, envío gratis y tarifa plana
Aceptaría recoger fuera del domicilio por descuento	Compradores online con paquete	78,1 %	Hipótesis planteada por la encuesta
Aceptaría entrega más lenta por descuento	Compradores online con paquete	57,6 %	Hipótesis planteada por la encuesta
Tuvo algún problema de entrega	Receptores de paquetes en los últimos seis meses	16,0 %	Paquete ecommerce o no ecommerce

Principales categorías de devolución ONTSI

Categoría	Porcentaje entre quienes devuelven
Ropa, zapatos o accesorios	47,4%

Categoría	Porcentaje entre quienes devuelven
Equipamiento electrónico o electrodomésticos	16,1%
Ordenadores, tabletas, teléfonos móviles o accesorios	12,3%
Muebles, hogar o jardinería	11,3%
Artículos deportivos	10,9%
Juguetes o cuidado de niños	9,6%
Cosméticos, belleza o bienestar	8,4%
Libros, cómics, revistas o periódicos físicos	7,9%
Restaurantes, comida rápida o catering	6,8%
Bicicletas, automóviles o repuestos	6,0%

Problemas declarados en compras online ONTSI

Problema	Porcentaje entre compradores con problemas
Retraso en la entrega	26,6%
Producto estropeado o con desperfectos	25,5%
Llegó otro producto o con características diferentes	23,4%
No llegó el producto	20,9%
Problemas con la devolución	18,6%
Fraude económico	18,2%
Problemas con el proceso de reclamación o reparación	17,9%
Páginas de comercio electrónico sospechosas	17,4%

Material para medios

Ángulos: logística, consumo, retail, operadores y regulación/atención al cliente.

Cita propuesta pendiente: La logística ya no es la trastienda del ecommerce. Cuando hay más paquetes que cartas y uno de cada tres compradores declara devoluciones, la confianza se decide después del pago: en el seguimiento, el coste real, la entrega y la resolución. David Trotonda, CEO de TienRank. Pendiente de aprobación.

Metodología

- Fecha de cierre del análisis: 2026-08-10. La investigación usa exclusivamente fuentes externas oficiales o institucionales.
- El hito sectorial procede del Informe Anual del Sector Postal 2025 de la CNMC. Para el sector postal tradicional se usaron las tablas 3 y datos de 7 operadores; para mensajería y paquetería, la tabla 12 y una muestra de 26 operadores.
- El análisis de comportamiento de entrega procede del Panel de Hogares CNMC, sector postal y paquetería, IV trimestre de 2025. La metodología de la CNMC describe una muestra representativa de hogares e individuos residentes en España; en el segundo semestre de 2025 la muestra neta fue de 5.846 hogares y 8.745 individuos de 10 o más años.
- Los datos de devoluciones, problemas y expectativas de entrega de ONTSI proceden de Compras online en España 2025. El trabajo de campo fue una encuesta online CAWI a 3.000 personas usuarias de Internet de 16 a 74 años, realizada entre el 16 de septiembre y el 3 de octubre de 2025, con preguntas referidas a 2024.
- TienRank calculó diferencias absolutas, ratios y estimaciones descriptivas: diferencia entre paquetes y envíos postales tradicionales, ratio de ingresos, envíos B2C estimados por cuota, alcance relativo de paquetes ecommerce frente a no ecommerce y compradores con devolución aproximados según ONTSI.
- No se suman encuestas ni se fusionan denominadores incompatibles. Cada porcentaje mantiene su universo: operadores postales, individuos, usuarios recientes de Internet, compradores con paquete, compradores online o compradores que realizaron devoluciones.
- La definición de ecommerce se cita en sentido amplio siguiendo la OCDE, pero las mediciones concretas son las declaradas por CNMC, CNMCData y ONTSI en cada fuente.
- Los CSV, JSON, gráficos y documentos del kit de prensa se generaron con el script ``scripts/research-logistica-devoluciones-ecommerce-2026.mjs``.

Limitaciones

- El estudio describe estructuras, comportamientos declarados y cálculos

descriptivos; no establece causalidad entre envío gratuito, devolución, incidencia o fidelización.

- Las cifras de CNMC sobre operadores postales miden envíos e ingresos sectoriales; no identifican todos los paquetes como compras ecommerce ni desagregan cuántos C2X son devoluciones.
- El Panel de Hogares CNMC y ONTSI usan muestras, periodos y universos diferentes. La coincidencia del 35% en devoluciones se interpreta como señal convergente, no como una única tasa nacional anual.
- ONTSI mide respuestas declaradas por personas compradoras online. Los problemas no equivalen a reclamaciones verificadas, expedientes administrativos ni incumplimientos legales individualizados.
- El dato de 29,4 millones de compradores online de ONTSI se usa para una estimación aproximada de compradores con devolución; no equivale a número de paquetes devueltos ni a número de pedidos afectados.
- Las categorías de devolución de ONTSI se calculan sobre personas que realizan devoluciones y pueden incluir respuesta múltiple. No representan tasas de devolución por categoría vendida.

Fuentes

- CNMC: Análisis del sector postal y del sector de mensajería y paquetería 2025. <https://www.cnmc.es/sites/default/files/6749773.pdf>
- CNMC: Por primera vez, en 2025 se enviaron más paquetes que cartas en España. <https://www.cnmc.es/prensa/informe-anual-postal-20260805>
- CNMCData: Panel de Hogares: sector postal y paquetería, IV trimestre de 2025. <https://data.cnmc.es/panel-de-hogares/conjuntos-de-datos/estadisticas-panel-de-hogares>
- Blog CNMC: Panel de hogares CNMC: comprar online sin pagar envío, la nueva normalidad. <https://blog.cnmc.es/2026/06/05/panel-de-hogares-cnmc-paquetes/>
- ONTSI / Red.es: Compras online en España 2025. <https://www.ontsi.es/es/publicaciones/compras-online-en-espana-2025>
- OCDE: The 2025 OECD Definition of E-Commerce and Guidelines for Interpretation. https://www.oecd.org/en/publications/the-2025-oecd-definition-of-e-commerce-and-guidelines-for-interpretation_2254f1de-en.html

Citación

TienRank (2026). Los paquetes ya superan a las cartas: la devolución online se convierte en la nueva prueba de confianza. Análisis de TienRank a partir de CNMC, CNMCData, ONTSI y OCDE.