

INDICES **2022**
EL MERCADO POSTAL ARGENTINO



deca

Asociación de Empresas de Correo
de la República Argentina





MERCADO POSTAL EDITORIAL

En AECA somos conscientes del impacto económico que tienen las empresas que prestan servicios de última milla y postal y por tal motivo, la tarea de la Asociación en el año 2022, se centró en apoyar, defender y dar herramientas para seguir aportando al desarrollo de nuestras asociadas en particular, de los consumidores, de la industria y el país en general.

El servicio de última milla y postal brinda trabajo a una amplia variedad de personas, tanto en forma directa, como indirectamente a lo largo de toda la cadena de distribución.

Generamos un impacto positivo en las empresas locales y las economías regionales al promover el comercio interno y el desarrollo de pequeñas empresas, apalancando así, el crecimiento económico de todas las regiones del país, haciendo que, desde cualquier origen del país, todo llegue destino.

Somos importantes generadores de ingresos fiscales, con nuestra actividad, legalmente constituida, aportamos a los impuestos Nacionales, Provinciales y Municipales.

Invertimos permanentemente en infraestructura para el desarrollo del servicio de la última milla, creando centros de distribución y sucursales ubicados estratégicamente a lo largo de todo el país para reducir el tiempo y costo de la entrega en beneficio de los consumidores.

Con la mirada puesta en los consumidores, ya desde el año 2020 venimos trabajando para mejorar la experiencia de los usuarios, intentando mejorar la calidad y seguridad de los envíos. En este sentido, en aquel año participamos activamente en el "Proyecto de Normas sobre Trazabilidad de los Envíos Postales", cuya Resolución se dictó a fines de diciembre.

Convencidos de que ésta normativa mejora la calidad de nuestra industria y la de los consumidores, es que desde la Asociación alentamos constantemente a las empresas a invertir en softwares más sofisticados para adaptar sus sistemas a las nuevas exigencias.

Nuestro servicio de última milla y postal se transformó en un agente clave para la concientización pública sobre temas ambientales, demostrando que se puede reducir la huella de carbono invirtiendo en tecnologías sostenibles, al utilizar vehículos a gas, eléctricos, sustituyendo el packaging tradicional por materiales más ecológicos y acercando diferentes formas de imposición y entrega.

El sector de última milla y postal enfrentó en el año 2022 grandes retos por los fuertes aumentos de los costos, cuestión que, no desatendimos sino por el contrario trabajamos para profesionalizar nuestros índices, a fin de defender la sostenibilidad de las empresas y la transparencia con los consumidores.

En este período las empresas del sector debieron poner todos sus esfuerzos para seguir brindando sus servicios dentro del contexto inflacionario del país.

Reducir los costos, no solo depende de las buenas prácticas empresariales optimizando sus procesos y buscando alternativas más sostenibles y eficientes, sino que se necesita del acompañamiento de las autoridades, a través de la simplificación de regímenes impositivos, la adecuación de un marco normativo acorde a las necesidades y la actualización de los convenios colectivos de trabajo de la actividad.

Creemos que las capacidades de las empresas que conforman AECA son vitales para iniciar en el país un ciclo sostenido de crecimiento económico, que incluya a todas las regiones del país y permita a empresas grandes, pymes y emprendedores desarrollar sus estrategias de negocios hasta los domicilios de sus consumidores, teniendo como aliados estratégicos a las empresas de última milla domiciliaria.



Carlos Cirimelo
PRESIDENTE

1

COMPOSICIÓN DEL MERCADO POSTAL ARGENTINO

En el Registro Nacional de Prestadores de Servicios Postales se registraron, en el transcurso del año 2022, 29 nuevas inscripciones, de las cuales 12 corresponden a empresas que ofertan Servicios Internacionales (Courier) y el resto, Prestadores de Servicios Postales Nacionales. Cabe destacar que en el mismo período se registraron 7 bajas de empresas de correo postal y 6 de mensajerías.

Desde AECA observamos con preocupación la tendencia a la baja de las inscripciones en el Subregistro de Mensajerías, la que no se camparece con el crecimiento de la oferta de servicios de esa naturaleza. Esa disparidad entre la realidad percibida en el mercado respecto de su correlato registral es sumamente ilustrativa de la proliferación de soluciones informales de entrega de última milla.

La prestación de servicios postales desde la referida informalidad no solo desbalancea el terreno de juego en desmedro de quienes cumplimos las normas, sino que -fundamentalmente- coloca a los consumidores y a los trabajadores bajo un marco de gran inseguridad.

Consideramos esencial que los entes que tienen a su cargo el poder de policía en la materia y la lucha contra la competencia desleal, estén dotados de herramientas

de control eficaces para proteger los derechos de quienes recurren a nuestros servicios, así como los derechos de los trabajadores del sector, combatiendo el trabajo no registrado y la precarización laboral y dando seguridad a los destinatarios a la hora de interactuar con el distribuidor que llega a su domicilio.

En el importante rol que ocupamos como terceros en las operaciones que los consumidores realizan a través del comercio electrónico, los correos tenemos desde antaño un rol de custodia de seguridad de los envíos que están sujetos al secreto postal, demostrando que somos los adecuados para atender las expectativas razonables de privacidad que tienen los consumidores al momento de entregar sus datos personales para una entrega segura.

El crecimiento del E-Commerce es una gran oportunidad para el desarrollo del país, y su desarrollo sustentable esta de la mano que las empresas que hacen la última milla tengan las capacidades adecuadas para dar un servicio de calidad de acuerdo a las expectativas de los consumidores y cumpliendo las normativas vigentes; es prioridad para esta Asociación luchar contra la competencia desleal, en el convencimiento que la igualdad ante la ley y el respeto a las normas vigentes hacen a la competitividad de un país.

COMPOSICIÓN DEL MERCADO POSTAL ARGENTINO

	2022
CORREO OFICIAL	1
CORREOS PRIVADOS	122
COURIERS	66
MENSAJERIAS	21



2

EL SECTOR POSTAL EN NÚMEROS

COMPARATIVA 2021 - 2022

	FACTURACIÓN*		VOLUMEN *		RR.HH	
2021	TOTAL	AECA	TOTAL	AECA	TOTAL	AECA
	90.815,4	52.984,4	801,7	413,9	37.053	16.480
2022	TOTAL	AECA	TOTAL	AECA	TOTAL	AECA
	169.695,6	91.772,3	788,7	384,6	35.419	16.031
VAR	86,86%	73,21%	-1,62%	-7,07%	-4,41%	-2,72%

Fuente: Enacom-AECA *Expresado en millones

EL MERCADO POSTAL EN FACTURACIÓN

La facturación real no ha crecido y solo se ve un crecimiento nominal debido a la inflación a diferencia del año anterior donde uno de los factores principales que impulsaron la facturación fue el crecimiento del volumen de piezas con mayor valor agregado (en especial, la paquetería).

Al cierre del año 2022, el IPC fue del 94.80% según datos del INDEC, mientras que las adecuaciones tarifarias aplicadas por los asociados de AECA, si bien en algunos casos lograron acercarse a ese nivel, quedaron en su gran mayoría muy por debajo del índice, siendo el promedio de ajuste del 75.67% anual según datos relevados por esta Asociación entre sus 34 asociados. Cabe destacar que los Índices de Mayores Costos de AECA para los Servicios de Última Milla y Postal, cerraron este mismo período con un acumulado anual de 107.96% y 104.77% respectivamente. El diferencial de costos/precios evidencian el esfuerzo que han tenido que hacer las empresas para ajustar sus costos, logrando eficiencias y resignando rentabilidad.

El trabajo de la Comisión de Buenas Prácticas Comerciales y de la Comisión de Estadísticas y Costos de la Asociación fueron claves para que las empresas puedan mantener una buena relación con

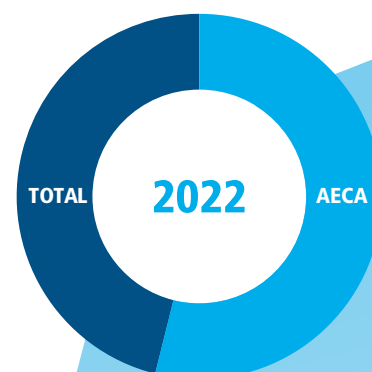
sus clientes, logrando que costos y servicios tiendan a equilibrio en pos del consumidor y de la sostenibilidad de las empresas como fuente de riqueza y trabajo.

El porcentaje que representa AECA respecto al total del mercado postal resulta ser muy significativo, teniendo en cuenta que dentro del total se encuentra incluido el Correo Oficial.

AECA REPRESENTA EL

54,08%

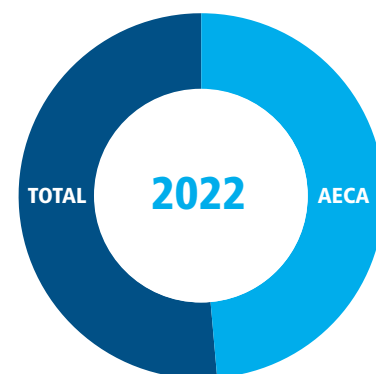
DEL TOTAL DE
MERCADO POSTAL



EL MERCADO POSTAL EN VOLUMEN

Del análisis 2021-2022, se observa una caída del volumen del 1,62% en términos totales.

	2020	%	2021	%	2022
CARTA SIMPLE	198.326.899	-12,41	173.712.416	-15,75	146.358.140
C.CONTROL c/FP	15.446.471	-12,74	13.477.833	-2,24	13.176.395
C.CONTROL c/AR	12.597.787	2,32	12.889.686	6,28	13.699.329
C. EXPRESO	4.152.177	-36,04	2.655.592	63,07	4.330.547
C. FACTURA	304.375.291	-30,76	210.750.737	-2,54	205.389.981
MAIL NOMINADO	7.845.385	17,08	9.185.603	-19,69	7.376.719
MAIL INNOMINADO	141.174.923	34,03	189.214.626	2,04	193.069.612
DIARIOS/REVISTA	10.355.653	-40,64	6.146.617	-24,86	4.618.359
TARJETA CRÉDITO	31.393.252	11,89	35.125.283	12,31	39.449.021
C. CONFRONTE	216.842	-7,58	200.397	57,30	315.226
C. DOCUMENTO	5.808.590	29,43	7.518.103	-2,35	7.341.450
BOLSINES/CLEARING	5.399.187	-26,57	3.964.488	-7,68	3.659.975
PAQUETES	113.148.179	19,92	135.692.139	7,79	146.262.927
COURIER SALIDA	340.168	18,36	402.622	804,45	3.641.523
COURIER ENTRADA	787.985	-3,76	758.357	24,65	945.294



AECA REPRESENTA EL
48,77%
DEL TOTAL DEL MERCADO POSTAL

La caída del volumen general, mantiene la tendencia de años anteriores donde los productos: piezas postales simples, bajo puerta y facturas, un gran número de mail nominados, diarios y revistas y servicio puerta a puerta (bolsines) siguieron con su tendencia a la baja, aunque menos abrupta. Entendemos que este escenario se debe a que los productos mencionados han tocado su piso después de tantos años de marcada caída, sobreviviendo solo aquellos volúmenes y productos que, por elección del usuario, no pudieron ser sustituidos por su versión electrónica.

Del análisis de los números anteriores se desprende que el aumento de la digitalización, junto con otras transformaciones sociales y macroeconómicas de largo plazo, ponen a los Correos frente a la oportunidad y la necesidad de ampliar sus servicios, mucho más allá de la mera distribución de correspondencia.

En cuanto a la paquetería, a diferencia del Informe del Mercado Postal del año anterior, puede verse que, si bien hubo un incremento, el mismo fue bastante moderado, tan solo un 7.79 % vs 19.92% del año 2021. En un contexto donde la evolución del E-Commerce continúa creciendo de manera importante, la baja performance se explica por el avance de empresas que operan ilegalmente, sacando del circuito, de los operadores

postales habilitados y mensajerías inscriptas, gran cantidad de paquetes que deberían canalizarse dentro de sus operaciones. Esto también se explica porque el 2022 ha sido el regreso a la normalidad luego de la pandemia.

Queda de manifiesto que la competencia desleal no ha encontrado resistencia efectiva de parte de los organismos de control, a veces carentes de recursos normativos, pero también materiales, creciendo año tras año sin que se verifiquen consecuencias para los jugadores informales.

Respecto al producto de distribución de tarjeta de crédito, si bien durante los años 2018 y 2019 acumularon una baja de casi el 12%, en el año 2020/2021 por efecto de la pandemia el consumidor se volcó a las compras on line, generándose consecuentemente una mayor necesidad de uso de dinero bancarizado y la consecuente emisión de tarjetas de crédito. Así entre los años 2020/2021 el volumen de envíos de tarjetas de crédito creció un 11.89%, mientras que en 2021/2022 creció 12.31%.

De acuerdo al Estudio Anual de Comercio Electrónico 2022 de la CACE, las tarjetas de crédito siguen siendo la opción más usada al momento de concretar una compra on line.

RRHH

NIVEL DE EMPLEO

El mercado postal en su totalidad decreció un 4,41% en términos totales.

La automatización y la digitalización pueden reducir la necesidad de trabajadores en ciertas tareas postales, pero pueden también crear nuevas oportunidades laborales en otras áreas.

La industria se encuentra en plena etapa de transformación y la reconversión de la mano de obra es uno de los mayores desafíos que debe afrontar.

Fomentar la innovación y la capacitación de los trabajadores puede ayudar a crear nuevas oportunidades de trabajo y a mejorar la calidad del servicio al cliente.

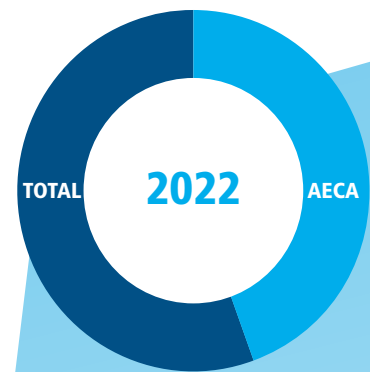
En nuestra actividad la mano de obra es el componente más importante y el de mayor peso, por lo que para esta Asociación es de suma importancia incentivar a las empresas a que inviertan en su capital humano, capacitándolo a fin de mejorar la eficiencia, reducir el número de reclamos y aumentar la satisfacción del cliente.

La baja del 2.72% de AECA obedece a una variación (bajas por cierre de empresas) en la composición de los integrantes de la Asociación. La sustitución por medios electrónicos, principal responsable de la pérdida de volumen de piezas postales tradicionales, la competencia desleal en la paquetería, y la falta de incentivos y acompañamiento para la reconversión, provocaron que empresas de más de 30 años de actividad se retiren del mercado, con la consecuente pérdida de fuentes laborales.

La industria postal ha sido tradicionalmente dominada por hombres, pero las mujeres han desempeñado un papel importante desde los primeros días. Aunque todavía enfrentan desafíos, las mujeres están conquistando posiciones de liderazgo y trabajando para fomentar la igualdad de género en la industria.

De los indicadores relevados entre los socios de AECA puede verse como las empresas están trabajando para fomentar la igualdad de género en la industria postal, incorporando mujeres en las distintas posiciones dentro de sus compañías y en su flota de transportistas.

Desde AECA celebramos esta evolución y seguiremos trabajando en esta dirección ya que estamos convencidos que al fomentar un ambiente laboral inclusivo y equitativo, también se crea un lugar de trabajo más productivo y rentable.



DEL TOTAL DE
LOS RECURSOS HUMANOS
AFECTADOS A LA ACTIVIDAD,
AECA REPRESENTA UN

45,26%



HOMBRES
83,08%



MUJERES
19,14%

INDICADORES AECA 2022

AUSENTISMO	PROMEDIO	MÍNIMO	MÁXIMO
Días de ausencia sobre dotación y días laborables al mes.	6,30%	1,70%	12,46%
	Bajó 25,8% vs. 8.49% en 2021	vs. 5,25% en 2021	vs. 15,18% en 2021

Respecto del año pasado se ve una mejoría notable en la asistencia del personal. Los últimos resabios de la pandemia están llegando a su fin, y si bien aún no se logró llegar a los

indicadores de la etapa pre pandemia (año 2019: 4.1%) el panorama es positivo, ya que por segundo año consecutivo se mantiene la tendencia a la baja.

COBRANZA EN LA CALLE	PROMEDIO	MÍNIMO	MÁXIMO
Promedio en días de demora entre la facturación y la fecha efectiva de cobranza	31 días	13 días	61 días
	vs. 37 días en 2021	vs. 17 días en 2021	vs. 93 días en 2021

Como puede observarse, los tiempos en la cadena de cobros se acortaron considerablemente respecto del año anterior.

En el contexto inflacionario que nuestro país se encuentra inmerso, las buenas prácticas comerciales desarrolladas dentro de la comisión de trabajo de AECA, resultaron una herramienta indispensable para la salud financiera de las

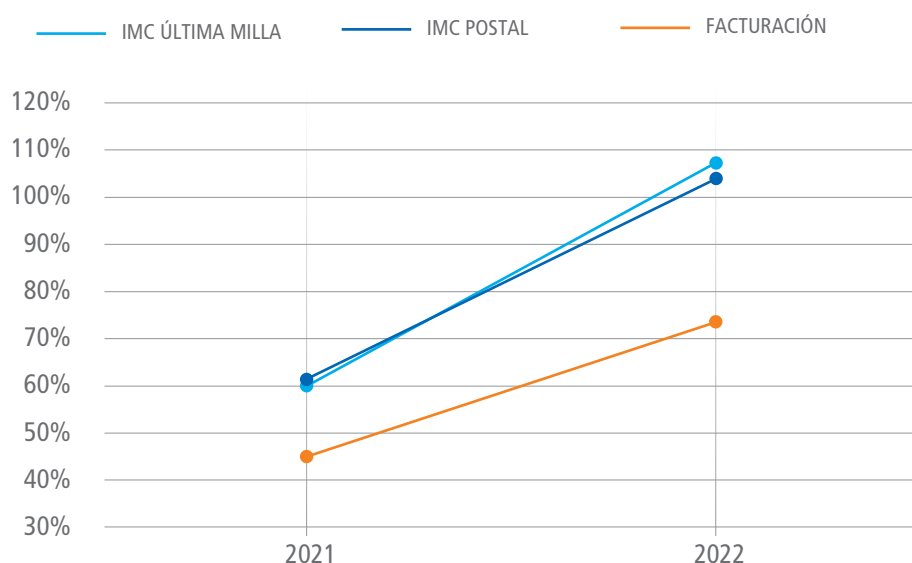
empresas, ya que, a mayor demora entre la facturación y la fecha efectiva de cobranza, mayor es la pérdida de rentabilidad. En este sentido, desde AECA hemos bregado por la profundización del diálogo y en la formalización de contratos entre las empresas y sus clientes en pos del mejoramiento de estos indicadores, cuyo impacto en la calidad del servicio es de alta sensibilidad.

CAÍDA/INCREMENTO DE PIEZAS POSTALES DE ACUERDO A LA MODALIDAD (SOLO AECA)

	2021	2022	VARIACIÓN
FACTURACIÓN	52.984.476.143	91.772.279.255	73,21%
BAJO PUERTA (CS - CF)	256.103.403	222.431.450	-13,15%
CERTIFICADAS (FP - AR - EX)	22.621.806	22.222.231	-1,77%
MAIL NOMINADO	5.421.646	2.397.501	-55,78%
MAIL INNOMINADO	17.578	15.843	-9,87%
DIARIOS/REVISTA	6.214.132	3.174.018	-48,92%
TARJETA DE CRÉDITO	24.706.200	29.564.809	19,67%
CARTA CONFRONTE	163.657	186.130	13,73%
CARTA DOCUMENTO	3.311.188	4.122.160	24,49%
BOLSINES / CLEARING	3.799.169	4.279.414	12,64%
PAQUETES	91.366.000	96.209.876	5,30%
COURIER DE SALIDA	10.475	25.885	147,11%
COURIER DE ENTRADA	173.641	201.116	15,82%

ÍNDICE DE MAYORES COSTOS FACTURACIÓN AECA

	2021	2022
• IMC ÚLTIMA MILLA	60,82%	107,96%
• IMC POSTAL	61,60%	104,77%
• FACTURACIÓN	45,84%	73,21%



Los Índices de Mayores Costos de AECA, brindan transparencia, permitiendo a las empresas trabajar en forma profesional y sostenible, con servicios de excelencia. Esta cuestión toma mayor relevancia en un contexto de aumento de costos sistemáticos, producto de los desequilibrios macroeconómicos, y se transforma en una herramienta fundamental para los consumidores.

El IMC fija los costos de referencia y mide 16 rubros entre los que se destacan tres grupos: mano de obra, transporte y otros gastos, que incluye: embalaje, patentes, seguros, alquileres e insumos, entre otros. Para el caso del servicio postal, la mano de obra alcanza el 65%, el costo el transporte un 23% y otros gastos, un 12%. Y con respecto a la última milla, la estructura de costos está compuesta por un 47% de mano de obra, 41% de transporte y 12% de otros gastos.



5

CORREOS INTEGRANTES

 **ANDREANI**

 **OCA**

 **URBANO**

 **EMA**
EMA SERVICIOS S.A.
CORREO PRIVADO
R.N.S.P. N° 11

OCASA 

 **UNIR**
DISTRIBUCIÓN Y LOGÍSTICA

 **STC**
LOGÍSTICA A MEDIDA

 **RealExpress**

 **raiconet**
Logística Integral

 **TS**
Servemar

bluemail

 **EPSA**
ENVÍO POSTAL S.A.

 **DT logística**
experiencia que avanza

 **LA POSTAL**
Servicios Postales y Logísticos

 **InterPost**
CORREO

 **SOUTHPOST**

 **PROmail**
logística y distribución

 **QB ANDINA**

FAST MAIL
CORREO PRIVADO

FASTTRACK
Logística Express - Courier Internacional

 **LHS**
worldwide s.a.
SERVICIO DE CORREO R.N.S.P. N° 105

MailEx

Skynde

 **Servijur**
SERVICIO POSTAL PUNTO A PUNTO

 **TRANS-BAN**
CORREO PRIVADO

 **TRANSLYF**
SERVICIO DE CORREO R.N.S.P. N° 105

Bat 

CNEO
LOGÍSTICA

 **Coop-Ban Fletes s.r.l.**
Correo Privado
R.N.S.P. N° 105

 **NET**
COURIER

 **OLI CORREO**
Correo Privado R.N.S.P. N° 122

 **Planeta Postal**
CORREO POSTAL

 **Send**
CORREO
R.N.S.P. N° 547

 **Entregar**



Mr. Ray
5-8 West
Miss S.
38 Oak
Miss M.
127 N.
Mrs. Jane Greys
127 East Lane, SO
Mr. Jonathan
127 Oak St.
Mr. Adam
127 East Lane, MD, 2090
Mr. Jones
127 East Lane, MD, 2090
PT039972



MIEMBRO DE

FAETyL

Federación Argentina de
Entidades de Transporte y Logística

CAC

Cámara Argentina
de Comercio



dg: www.alvarezcordeyro.com.ar



F. de Céspedes 3249 - PB - Of. 001
[C1426DVG] - CABA. Argentina.
Tel./Fax: (54 11) 4551-6611 / 5338
www.correos.org.ar   