

SEUR y TIPSA suman 1.100 millones de euros a la facturación de Geopost en España

SEUR mantiene un crecimiento sostenido y alcanza una facturación de 920 millones de euros en 2023. TIPSA sigue afianzando su posición en el mercado español y factura 180 millones de euros, un 4,7% más que en 2022

SEUR y TIPSA, las dos marcas con las que Geopost opera en España, han presentado los resultados correspondientes al año 2023. Ambas compañías suman una facturación de 1.100 millones de euros y, durante el año pasado, entregaron un total de 155 millones de paquetes.

SEUR consolida su liderazgo en su división de frío y en el negocio internacional

La compañía líder en el transporte urgente en España alcanzó en 2023 una facturación de 920 millones de euros, un 3,4% más que el año anterior, y entregó un total de 123 millones de paquetes. El comercio electrónico sigue siendo una de las palancas clave de crecimiento para SEUR, un segmento en el que ha aumentado su facturación durante 2023 con 420 millones de euros. Además, el negocio internacional registra un incremento continuado con una facturación de 305 millones de euros en envíos internacionales.

SEUR mantiene relaciones comerciales directas con distintos sectores productivos, lo que permite a la compañía responder con agilidad a las nuevas tendencias de consumo. Este es el caso de SEUR frío, la solución de envíos a temperatura controlada, que no solo incrementó su actividad durante la pandemia, sino que ha seguido creciendo en los dos últimos años, concretamente en un 15% durante el último ejercicio, lo que refleja la consolidación de los nuevos hábitos de compra online.

"Los resultados del último ejercicio son especialmente relevantes debido al contexto en el que se han producido, marcado por unos elevados niveles de inflación que impactan directamente en nuestros costes. Por ello, seguir creciendo en todos los segmentos clave del negocio refleja el liderazgo de la compañía en el mercado español. Esta progresión ha sido posible gracias al fuerte incremento de la actividad internacional, el crecimiento sostenido del servicio de frío y la recuperación progresiva del comercio electrónico. Además, los servicios Out of Home merecen una especial mención, ya que nos permiten dar una respuesta flexible y rápida a la creciente demanda de nuestros clientes", explica David Sastre, CEO de SEUR.

En este sentido, la compañía alcanzó el año pasado un importante hito al superar los 5.000 puntos Pickup en todo el país, entre los que se incluyen más de 900 lockers (taquillas inteligentes). El uso creciente de estas opciones de entrega se ha evidenciado en la última edición del E-shopper barometer de SEUR, un informe en el que los lockers se posicionan como la tercera opción de preferencia de entrega, después del domicilio y las tiendas de las empresas de reparto. La previsión de la compañía para 2024 es llegar a 8.000 puntos, incluyendo 1.500 lockers distribuidos por toda España. Esta ampliación no solo responde a la creciente demanda de los consumidores, sino que también es parte de la estrategia de SEUR para liderar el reparto sostenible. En este sentido, cabe destacar que el uso de la red Pickup reduce en un 63% las emisiones de CO₂ asociadas a servicios de

última milla.

"Es previsible que 2024 venga marcado por una ralentización en el consumo y un entorno continuista de alza en los costes, lo que nos obligará a seguir trabajando con un enfoque de crecimiento y la mejora indispensable de productividades. La apertura de nuevas infraestructuras y nuestra firme apuesta por la sostenibilidad nos permitirá afrontar estos retos y ser más eficaces en todas nuestras operaciones", añade David Sastre.

TIPSA consolida su crecimiento en 2023

Por su parte, TIPSA facturó 180 millones de euros en 2023, registrando un crecimiento de un 4,7% respecto al año anterior. La compañía transportó 32 millones de paquetes durante el pasado año, un 3% más que el ejercicio anterior. Estas cifras reflejan el papel clave de TIPSA en el sector logístico español.

La compañía ha seguido posicionándose como referente en los servicios de valor añadido para el sector salud, al ser la empresa de transporte de referencia para los sectores farmacéutico, laboratorios y dental a través de su división TIPSA HEALTHCARE .

"Las cifras de negocio de TIPSA en 2023 en un contexto adverso son la demostración del afianzamiento de nuestra posición como referentes en los sectores de valor añadido gracias a nuestra apuesta por la calidad y el servicio con mayúsculas. Nuestro crecimiento, a pesar del incremento de costes y el impacto de la crisis de inflación, demuestra que contamos con una red muy consolidada y con una capilaridad que nos permite estar cada día más cerca de los consumidores. Esta cercanía facilita adaptar nuestros servicios a las necesidades de nuestros clientes construyendo relaciones de confianza" afirma María Luisa Camacho, Consejera Delegada de TIPSA.

Desde 2021, año en el que entró a formar parte de Geopost, TIPSA reforzó su estrategia de sostenibilidad alineada con los objetivos del grupo y centrada en reducir el impacto medioambiental de su actividad en todas sus áreas. Para ello, ha puesto en marcha iniciativas como la utilización únicamente de sobres que provienen en un 99% de plásticos reciclados, lo que le permite contar con la certificación Blue Angel, así como la ampliación de todo su programa de reciclado en toda la cadena de valor.

Resultados Geopost

A nivel de grupo, Geopost muestra una estabilidad en sus ingresos tras un año marcado por un contexto económico complejo y alcanza los 15.690 millones de euros. Esto supone un incremento del 0,7% frente a 2022, lo que refleja la capacidad de Geopost para adaptarse a las adversas condiciones del mercado. A lo largo del año pasado, el grupo entregó 2.100 millones de paquetes en todo el mundo, una cifra que se mantiene estable frente al ejercicio anterior.

Además, como parte de su estrategia de sostenibilidad, la iniciativa SBTi (Science Based Targets initiative) avala el itinerario de descarbonización de Geopost en su objetivo de alcanzar las cero emisiones netas en 2040, diez años antes de lo establecido en el Acuerdo de París.

Acerca de SEUR

Sus más de 80 años de historia les han permitido ser pioneros en el transporte urgente en España, con tres grandes ejes de negocio: internacional, comercio electrónico y negocio B2B.

Gracias a sus más de 10.000 profesionales y a su flota de 6.500 vehículos, dan servicio a empresas de todos los tamaños y sectores y, como parte de Geopost, una de las mayores redes internacionales de transporte urgente, realizan entregas en todo el mundo.

Invierten constantemente en innovación e infraestructuras para estar más cerca de sus clientes y ofrecerles mayor flexibilidad a través de soluciones como Predict, sistema interactivo para concertar la entrega, o SEUR Now, para las entregas superurgentes en una o dos horas. Apuestan por la logística sostenible con la integración de sistemas de reparto alternativos en grandes ciudades como el uso de vehículos ecológicos, hubs urbanos o su red de puntos Pickup con más de 5.000 puntos, entre tiendas de conveniencia y lockers.

Acerca de TIPSA

TIPSA es una empresa integrada en la Red Internacional de Transporte GEOPOST, especializada en servicios integrales de transporte urgente de paquetería ligera, mensajería y documentación, tanto a nivel nacional como internacional.

Entre sus valores diferenciales destacan la capilaridad de su Red, formada por más 330 agencias y 13 HUBS; el valor añadido y adaptabilidad de sus servicios, en los que prima la relación calidad-precio; su implicación en proyectos de Responsabilidad Social Corporativa y la innovación tecnológica en sectores competitivos como el Farma y el e-Commerce. Gracias a la calidad de su servicio, sus valores y a su sólido crecimiento, TIPSA, es hoy una de las empresas líderes del sector.

Sobre Geopost

Geopost, grupo líder europeo en envíos y soluciones para el comercio electrónico, opera en más de 50 países de todos los continentes a través de su red de marcas líderes en reparto, entre las que se incluyen: DPD, Chronopost, SEUR, BRT, Speedy y Jadlog. Gracias a su experiencia específica en el sector, Geopost está impulsando el desarrollo de los servicios de entrega Out of Home, con su red Pickup, la más densa de Europa, y también está ampliando las soluciones de temperatura controlada para los sectores alimentario y sanitario. En un mundo de aceleración y transformación, Geopost se abre paso en nuevos territorios de comercio electrónico con ESW a través de Asendia, epicery y Pourdebon.com.

Con 57.000 miembros, Geopost se esfuerza por hacer que el comercio sea más cómodo, rentable y sostenible para sus clientes y comunidades. Comprometida a convertirse en una referencia internacional en el reparto sostenible, Geopost es la primera empresa de reparto mundial cuya hoja de ruta hacia el Net Zero en 2040 ha sido aprobada por la iniciativa Science Based Targets (SBTi).

Geopost, que forma parte del grupo La Poste, generó unos ingresos de 15.700 millones de euros y entregó 2.100 millones de paquetes en todo el mundo en 2023.

Datos de contacto:

M^a Kathleen Chamberlain Díaz

TIPSA

916699191

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Internacional](#) [Nacional](#) [Franquicias](#) [Finanzas](#) [Logística](#) [E-Commerce](#) [Recursos humanos](#) [Digital](#) [Actualidad](#)
[Empresarial](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>