



INFORME DEL SERVICIO DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

N- 262 CHRONOEXPRES / SERVIPACK

Con fecha 24 de junio de 2002, ha tenido entrada en este Servicio de Defensa de la Competencia notificación relativa al proyecto de operación de concentración económica consistente en la toma de control exclusivo de CORPORACIÓN INTEGRAL DE TRANSPORTE SERVIPACK, S.A. por parte de CHRONOEXPRES, S.A.

La notificación ha sido realizada por la sociedad adquirente, según lo establecido en el artículo 15.1 de la Ley 16/1989, de 17 de julio, de Defensa de la Competencia, por superar el umbral establecido en el artículo 14.1 b) de la mencionada norma. A esta operación le es de aplicación lo previsto en el Real Decreto 1443/2001, de 21 de diciembre, por el que se desarrolla la Ley 16/1989, en lo referente al control de las concentraciones económicas.

El artículo 15 bis de la Ley 16/1989 establece que: "El Ministro de Economía, a propuesta del Servicio de Defensa de la Competencia, remitirá al Tribunal de Defensa de la Competencia los expedientes de aquellos proyectos u operaciones de concentración notificados por los interesados que considere pueden obstaculizar el mantenimiento de una competencia efectiva en el mercado, para que aquél, previa audiencia, en su caso, de los interesados dictamine al respecto".

Asimismo, se añade: "Se entenderá que la Administración no se opone a la operación si transcurrido un mes desde la notificación al Servicio, no se hubiera remitido la misma al Tribunal".

En ejercicio de lo dispuesto en el artículo 6 del Real Decreto 1443/2001, el Servicio de Defensa de la Competencia requirió del notificante con fecha 15 de julio de 2002 información de carácter necesario para la resolución del expediente. La información requerida fue cumplimentada en esa misma fecha.

Según lo anterior, computados los plazos, si el expediente no es trasladado al Tribunal de Defensa de la Competencia antes del **24 de julio de 2002**, inclusive, la operación notificada se considerará tácitamente autorizada.



I. NATURALEZA DE LA OPERACIÓN

La operación de concentración notificada consiste en la adquisición por CHRONOEXPRES, S.A., filial de paquetería del grupo español CORREOS, del 93,49% de las acciones representativas del capital social de la empresa también española CORPORACIÓN INTEGRAL DE TRANSPORTE SERVIPACK, S.A. ("SERVIPACK"), anteriormente controlada por las sociedades gestoras de fondos de capital riesgo VISTA DESARROLLO, S.A., SCR y ROYAL BANK INVESTMENTS LIMITED.

El contrato de compraventa suscrito por las partes el 21 de junio de 2002 contiene como condición suspensiva para el perfeccionamiento de la operación la obtención de la correspondiente autorización por parte del Consejo de Ministros.

Cabe asimismo señalar que el grupo CORREOS ha aportado como complemento de la notificación el siguiente compromiso: "al objeto de prevenir los subsidios intraempresa, CORREOS mantendrá una estricta separación contable entre las secciones correspondientes a los servicios postales reservados en exclusiva por la normativa aplicable, en particular, por la Ley 24/1998, de 13 de julio, del Servicio Postal Universal y de Liberalización de los Servicios Postales o futuras modificaciones de la misma, y el resto de sus actividades.

Esta contabilidad separada reflejará claramente los costes e ingresos derivados de las diferentes actividades, especificando las contraprestaciones correspondientes a la prestación del servicio postal universal, y los métodos de asignación o distribución de los costes e ingresos entre las diferentes actividades".

Con el fin de garantizar la verificación de este compromiso, CORREOS presentará al Servicio de Defensa de la Competencia en el plazo de 2 meses desde la notificación de la correspondiente Resolución del Ministro un plan detallado de cómo se concretará la separación contable y presentará asimismo al Servicio de Defensa de la Competencia con periodicidad semestral un informe contable sobre el cumplimiento de este compromiso.

II. RESTRICCIONES ACCESORIAS

II.1. Cláusula de no captación

El acuerdo firmado por las partes contempla una cláusula de no captación de personal según la cual VISTA DESARROLLO, S.A., SCR y ROYAL BANK INVESTMENTS LIMITED se comprometen, durante un periodo de dos años a contar desde la fecha de formalización de la operación, a no contratar cierto personal directivo de SERVIPACK que expresamente mencionan, tanto directamente como a través de sus filiales o participadas que realicen la misma actividad que la correspondiente al objeto social de SERVIPACK.



El apartado 5 del artículo 15 bis de la Ley 16/1989 establece que podrán entenderse comprendidas dentro de una operación determinadas restricciones a la competencia accesorias, directamente vinculadas a la operación y necesarias para su realización.

El TDC en su Informe de 2 de marzo de 1993 consideró que la existencia de determinados pactos de no competencia es consustancial a los negocios jurídicos de adquisición de establecimientos mercantiles, por lo que no es posible separar el tratamiento de dichos pactos del que se otorga a las operaciones de concentración entre empresas, si bien tales pactos no deben contener más restricciones que las objetivamente necesarias para la transferencia plena del establecimiento mercantil, ni realizarse en perjuicio de terceros.

Las cláusulas de no captación han de evaluarse de la misma forma que las de inhibición de la competencia, siempre que su efecto restrictivo no sea superior al de éstas.

Teniendo en cuenta que en el presente caso la duración y contenido de la cláusula de no captación no va más allá de lo que de forma razonable exige la operación de concentración notificada, no es preciso acudir para su autorización al procedimiento regulado en los artículos 4 y 38 de la Ley 16/1989 y en el Real Decreto 157/1992, que la desarrolla, considerándose, por tanto, la cláusula de no captación como parte integrante de la operación.

III. APLICABILIDAD DE LA LEY 16/1989, DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

De acuerdo con la notificación, la operación no entra en el ámbito de aplicación del Reglamento (CEE) nº 4064/89, del Consejo, sobre el control de las operaciones de concentración entre empresas, modificado por el Reglamento (CE) nº 1310/97, puesto que no se alcanzan los umbrales previstos en su artículo 1. Por tanto, la operación carece de dimensión comunitaria.

No obstante, la operación notificada cumple los requisitos previstos por la Ley 16/1989, de 17 de julio, de Defensa de la Competencia, para su notificación, al superarse el umbral establecido en el artículo 14.1 b) de la mencionada norma.

IV. EMPRESAS PARTÍCIPES

IV.1. Adquirente

*** CHRONOEXPRÉS, S.A.**

Sociedad de nacionalidad española constituida originariamente bajo la denominación de JET SERVICES CUALLADÓ ESPAÑA, nombre que cambió en varias ocasiones hasta adoptar el actual en diciembre de 2001.



Actualmente, CHRONOEXPRÉS es una empresa en participación de CORREOS Y TELÉGRAFOS, S.A. ("CORREOS") y el grupo LA POSTE, controlada en exclusiva por la primera en virtud de los acuerdos notificados al Servicio de Defensa de la Competencia el pasado 22 de mayo ¹.

La actividad de CHRONOEXPRÉS se centra en la prestación de servicios de envío urgente o exprés de artículos postales de hasta 30 Kgs de peso, tanto a nivel nacional como internacional, dirigida a una clientela formada esencialmente por empresas (modalidad B2B). Próximamente, CHRONOEXPRÉS comenzará a actuar en el ámbito de la paquetería exprés B2C (envíos de empresas a particulares), una vez que en ejecución de la operación de concentración N-248 CORREOS/ CHRONOEXPRÉS citada anteriormente, CORREOS y las distintas filiales del grupo LA POSTE en España le transfieran su fondo de comercio de esta modalidad de paquetería exprés.

CHRONOEXPRÉS está presente en todo el territorio español a través de una red de 46 delegaciones propias. A nivel internacional, CHRONOEXPRÉS se encuentra integrado en la red internacional de paquetería exprés constituida por GEOPOST, en virtud del acuerdo suscrito entre CORREOS y el grupo LA POSTE el 21 de junio de 2001 ².

Adicionalmente, el 24 de junio de 2002, CHRONOEXPRÉS ha firmado un acuerdo de colaboración con la compañía estadounidense FEDEX según el cual la compañía española realizará las actividades de recogida, transporte y entrega de paquetería y servicios relacionados de FEDEX en la totalidad del territorio español y Andorra, a partir del 13 de agosto de 2002 y durante un periodo de cinco años, ampliable si así lo deciden las partes.

En cuanto a su matriz, CORREOS es una sociedad anónima estatal constituida por Acuerdo de Consejo de Ministros de 22 de junio de 2001 y cuyo capital social se encuentra en su totalidad en manos del Estado español.

La actividad de CORREOS se centra en la provisión de servicios postales, telegráficos y financieros, siendo asimismo el operador al que la Ley 24/1998, de 13 de julio, del Servicio Postal Universal y de Liberalización de los Servicios Postales encomienda la prestación del Servicio Postal Universal en España. CORREOS está presente en todo el territorio nacional, a través de los 10.183 puntos de atención al público que dispone en la actualidad.

¹ N-248 CORREOS/ CHRONOEXPRÉS

² Este acuerdo no ha sido considerado por el Servicio de Defensa de la Competencia como accesorio de la operación de N-248 CORREOS/ CHRONOEXPRÉS.



El volumen de ventas del grupo CORREOS en los tres últimos ejercicios económicos, conforme al Art.3 del R.D. 1443/2001, es el siguiente:

VOLUMEN DE VENTAS DE CORREOS (Millones de Euros)			
EJERCICIO	MUNDIAL	UE	ESPAÑA
1999	1.232,1	1.232,1	1.232,1
2000	1.343,5*	1.343,5*	1.343,5*
2001	1.539,4*	1.539,4*	1.539,4*

Fuente: Notificante
* Incluyendo los volúmenes de ventas correspondientes a sus filiales CORREO HÍBRIDO, S.A. y CORREOS TELECOM, S.A., no incorporadas en su momento en la notificación de la operación CORREOS/ CHRONOEXPRES.

IV.2. Adquirida

*** CORPORACIÓN INTEGRAL DE TRANSPORTE SERVIPACK, S.A. ("SERVIPACK")**

Sociedad de nacionalidad española cuyo capital social se encuentra en manos de las sociedades gestoras de fondos de capital riesgo VISTA DESARROLLO, S.A., SCR (44,8%), y ROYAL BANK INVESTMENTS LIMITED (44,8%), estando el resto en manos de 2 personas físicas y en autocartera (6,4%).

SERVIPACK se constituyó en febrero de 2002 como resultado de la fusión por absorción de las sociedades CORPORACIÓN DE TRANSPORTE INTEGRAL SERVIPACK, S.A., VÍA CONEXIÓN, S.A. y ARCHIPACK, S.L. por parte de TELEPARCEL, S.A., que posteriormente cambio su denominación por la actual de SERVIPACK.

La actividad principal de SERVIPACK consiste en el transporte urgente de documentos y paquetes de peso reducido. Ofrece asimismo servicios de envío contra reembolso para los sectores de la venta por catálogo y la venta directa por televisión.

Es destacable su actividad en el sector bancario, ofreciendo servicios de valija, consistente en el intercambio diario de sacas y bolsas de documentación entre las distintas delegaciones de las entidades bancarias clientes, y servicios complementarios como cartería o estafeta, gestión integral de almacenes, gestión y traslado de archivos, etc. También dispone de una división de logística, dedicada al estudio y diseño de soluciones logísticas integrales a la medida de cada cliente.



La facturación de SERVIPACK en los tres últimos ejercicios económicos, conforme al Art.3 del R.D. 1443/2001, es la siguiente:

VOLUMEN DE VENTAS DE SERVIPACK (Millones de Euros)			
EJERCICIO	MUNDIAL	UE	ESPAÑA
1999	--	--	--
2000	72,3	72,3	72,3
2001	74,4	74,4	74,4

Fuente: Notificante

V. MERCADOS RELEVANTES

V.1 Mercado de producto

El sector económico afectado por la operación de concentración analizada está constituido por los servicios postales o de distribución urgente de documentos y paquetes y, en particular, los servicios de transporte urgente.

Con el fin de delimitar adecuadamente el mercado relevante de producto de la presente operación, resulta adecuado describir los distintos mercados de producto considerados por la Comisión³ dentro del sector de los servicios postales y de correo, así como exponer los criterios empleados para su identificación.

Así, cabe realizar una primera distinción entre “servicios postales básicos” y “servicios urgentes” en función de la rapidez del envío y de las prestaciones ofrecidas. Así, los servicios urgentes serían aquellos que, además de por su mayor rapidez y seguridad en la recogida, distribución y entrega de los envíos, se caracterizan por todas o algunas de las siguientes prestaciones complementarias: recogida en el punto de origen, entrega en mano al destinatario, posibilidad de cambiar de destino o de destinatario durante el transporte, prueba de entrega, seguimiento y localización de los envíos, etc, prestaciones que se reflejan en el mayor precio que presentan estos servicios con relación al del correo básico.

Dentro de los servicios urgentes, tradicionalmente se ha planteado la posibilidad de distinguir entre “servicios de envío de paquetes y documentos” (paquetería y mensajería) y “servicios de envío de carga” (flete) en función de las diferentes características de peso y formato de los envíos, del equipo técnico necesario para la manipulación de los envíos, del plazo de entrega y de los niveles de precios. Así, los servicios de paquetería normalmente presentan

³ Casos IV/M .843 PTT POST/TNT/GD Express Worldwide; IV/M.1168 DEUTSCHE POST/DHL; IV/M.1347 DEUTSCHE POST/SECURICOR; IV/M. 1405 TNT POST GROUP/JET SERVICES, etc.



limitaciones en el tamaño y peso de los envíos (de 30 a 50 Kg., según operadores) en contraposición al mayor peso y a la ausencia de limitación de tamaño de los objetos transportados en el caso de los servicios de carga, que comparativamente presentan una mayor lentitud en la entrega y un menor precio.

También se ha planteado la posibilidad de considerar un tercer mercado dentro de los servicios urgentes, el mercado de la *logística*, que se diferenciaría de los dos anteriores por la inclusión de nuevas prestaciones de mayor valor añadido. La logística se define como el mercado de los servicios de planeamiento, implementación y control del flujo y almacenamiento de bienes, servicios e información relacionada, desde el punto de origen al punto de destino, de acuerdo con los requerimientos del cliente.

Finalmente, se ha considerado una distinción adicional dentro de los servicios urgentes entre “*servicios nacionales*” (*domésticos*) y “*servicios internacionales*”, en función de las diferentes características de ambos tipos de servicios, de la presencia de diferentes operadores en cada uno de ellos, y de las grandes diferencias existentes entre ellos en cuanto a tiempo de entrega y precio.

En todo caso, los servicios postales y de correo han evolucionando de manera extremadamente rápida en los últimos años, siendo cada vez más difícil de mantener cualquier segmentación en el ámbito de los servicios urgentes, al haberse difuminado las fronteras existentes entre los distintos servicios. No en vano, el alto grado de competencia existente entre las empresas activas en este sector al objeto de atender las necesidades de unos clientes cada vez más globales obliga a éstas a ofrecer una gama cada vez más amplia de servicios basados en plazos de tiempo más breves, con independencia del peso de los envíos y el destino de los mismos.

El TDC, por su parte, ha reconocido esa tendencia al analizar el sector de los servicios logísticos⁴, indicando que existen factores dinámicos y estructurales que afectan al sector que obligan a realizar una definición más amplia del mercado afectado. Entre estos factores se encuentran el proceso de liberalización del transporte y de los servicios postales, la introducción de nuevas tecnologías, el impacto del comercio electrónico y el importante proceso de alianzas y concentraciones entre operadores activos tradicionalmente en algunos de estos mercados.

Con base en todo lo anterior, la presente operación de concentración se deberá analizar tanto en relación con la mensajería y paquetería y, en particular, con la paquetería empresarial, como en el contexto de mercados más amplios que incluyan las actividades principales de la adquirente.

⁴ C69/02 LOGISTA/BURGAL



V.2 Mercado geográfico

El notificante comparte la opinión tradicional de la Comisión, expresada en las Decisiones enumeradas anteriormente, de que los distintos mercados de envío urgente, tanto de ámbito nacional como internacional, tienen carácter nacional.

Tal consideración se basa, entre otros, en los siguientes factores: a) la percepción de los clientes de tratarse de servicios locales, b) la propia naturaleza nacional de las redes de recogida y entrega, c) los diferentes niveles de precios entre países, d) diferencias en la distribución de las cuotas de mercado de los principales operadores en los distintos estados miembros y e) diferentes fases de desarrollo de los servicios, de país a país.

La Comisión, no obstante, ha reconocido una tendencia hacia la internacionalización de estos mercados como consecuencia de la entrada en vigor de la Directiva 97/67/CE relativa a las normas comunes para el desarrollo del mercado interior de los servicios postales en la Comunidad, así como por los requerimientos de la demanda constituida principalmente por operadores que actúan a nivel global, a cuyas necesidades se intentan adaptar los distintos operadores del mercado al establecer redes internacionales de distribución.

A pesar de que las compañías tradicionalmente nacionales están extendiendo sus actividades al ámbito europeo a través de adquisiciones o alianzas, la posición de los diferentes suministradores de estos servicios todavía difiere de unos estados miembros a otros.

Por tanto, los elementos que han llevado en el pasado a considerar el mercado geográfico como nacional todavía son válidos actualmente, en mayor o menor extensión, para los mercados que se analizan.

VI. ANÁLISIS DEL MERCADO

VI.1. Marco legal

La norma básica del sector postal en España es la Ley 24/1998, de 13 de julio, del Servicio Postal Universal y de Liberalización de los Servicios Postales, que se inspira en la Directiva 97/67/CE, del Parlamento y del Consejo de la Unión Europea, de 15 de diciembre. El objeto de esta Ley es la regulación de los servicios postales con el fin de garantizar el servicio postal universal a todos los ciudadanos a precio asequible y el establecimiento de un marco para la liberalización del sector.

Para ello, la Ley 24/1998 distingue dentro del conjunto de los servicios postales entre los incluidos en el ámbito del servicio postal universal y los excluidos de éste, que se prestarán en



régimen de libre competencia⁵. La Ley adicionalmente distingue dentro del primer ámbito entre los servicios postales universales reservados al operador al que se encomienda la prestación del servicio postal universal, que según la Disposición adicional primera de dicha Ley será CORREOS, y los no reservados a ese operador.

Los servicios postales reservados por la Ley 24/1998 en exclusiva a CORREOS son: el giro postal, los envíos interurbanos de cartas y tarjetas postales de peso igual o inferior a 350 gramos, el servicio postal transfronterizo de entrada y salida de cartas y tarjetas postales con igual límite de peso, y la recepción postal administrativa de las comunicaciones con los órganos de las Administraciones Públicas.

Entre los servicios universales no reservados a CORREOS se encuentran los servicios postales interurbanos y transfronterizos de cartas y tarjetas postales de más de 350 gramos hasta 2 Kgs y paquetes postales de hasta 10 Kgs, y los envíos urbanos de cartas y tarjetas postales de hasta 2 Kgs. La prestación de estos servicios se realizará en libre competencia estando, no obstante, los prestadores de los mismos sujetos al cumplimiento de las obligaciones de servicio público establecidas en la Ley 24/1998.

La citada Ley 24/1998 determina que la relación de servicios reservados sería revisada por el Gobierno para adaptarla a las exigencias del proceso liberalizador, contenidas en la Directiva 97/67/CE. En este sentido es preciso indicar que recientemente se ha publicado la Directiva 2002/39/CE del Parlamento 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.

Dicha Directiva establece la necesidad de avanzar en el proceso de liberalización del sector postal según un enfoque gradual y controlado, para lo que fija un calendario destinado a la aplicación de nuevas fases en el proceso de apertura, decidiendo prorrogar hasta el 31 de diciembre de 2008 la fecha prevista para la expiración de la Directiva 97/67/CE.

Según esta norma, en una primera etapa que debería entrar en vigor en enero de 2003 se reduce a 100 gramos el límite de peso aplicable a los servicios que pueden reservarse a los proveedores del servicio universal, viéndose reducido a 50 gramos en una segunda etapa que queda fijada para enero de 2006. Para todo ello, los Estados Miembros deben trasponer las disposiciones contenidas en la nueva Directiva en sus ordenamientos jurídicos a más tardar el 31 de diciembre de 2002.

⁵ Entre estos servicios que se prestarán en libre competencia se encuentran los servicios rápidos urbanos, interurbanos y transfronterizos, la prestación no ordinaria de servicios postales nacionales y transfronterizos y los envíos de publicidad directa, libros, catálogos y publicaciones periódicas.



VI.2. Características y evolución

El sector de los servicios postales y de correo se caracteriza por su dinamismo y por presentar grandes expectativas de crecimiento. No obstante, actualmente se haya inmerso en un proceso de profundas transformaciones tanto en España como en el resto de países europeos provocado, entre otras causas, por la internacionalización de la economía, el impacto de las nuevas tecnologías, y el incremento de las concentraciones empresariales y alianzas estratégicas de los distintos operadores. Al mismo tiempo, el proceso de liberalización de los servicios postales está abriendo a la competencia nuevas áreas de negocio tradicionalmente reservadas a los antiguos monopolios nacionales.

La operación de concentración analizada se inscribe en un contexto europeo en el que los distintos operadores postales públicos están desarrollando una intensa estrategia de expansión a través de la toma de participaciones de empresas situadas en distintos mercados y del establecimiento de acuerdos comerciales, con el fin de constituir unidades de negocio con las que ofrecer distintos tipos de servicios. A este respecto, el mercado de los servicios urgentes es la opción prioritaria elegida por la mayoría de los operadores postales europeos para diversificar sus actividades. Tal es el caso del operador postal alemán DEUTSCHE POST, el holandés TPG o el francés LA POSTE.

En el caso de DEUTSCHE POST, la intensa política de adquisiciones que ha llevado a cabo en los últimos tiempos le ha permitido establecer una red de distribución integrada de servicios de paquetería en el ámbito europeo denominada EURO EXPRESS, formada por empresas de paquetería de veinte países europeos, entre ellos España.

En cuanto al grupo LA POSTE, la sociedad holding de sus filiales de paquetería, GEOPOST, ha constituido una red internacional de servicios urgentes basada en los siguientes segmentos: a) a través de las distintas filiales de CHRONOPOST presentes en varios países europeos, Canadá y Estados Unidos, entre otros, está activa en el ámbito del transporte internacional urgente por vía aérea de documentos y paquetes; b) a través de la red de franquicias de DPD actúa en el segmento del transporte urgente de paquetería por carretera en Europa; y c) por medio de TATEX y su red de filiales y corresponsales presentes en toda Europa, está presente en el segmento de la paquetería industrial combinando transporte terrestre y aéreo. En esta red internacional creada por GEOPOST se encuentra integrada CHRONOEXPRES.

Asimismo el grupo LA POSTE ha suscrito acuerdos de colaboración con otros correos o agentes, como es caso del firmado con la compañía estadounidense FEDEX, según el cual los clientes de CHRONOPOST pueden acceder a la red aérea de este operador, mientras que los clientes de FEDEX se benefician de la estructura terrestre del grupo LA POSTE.

A la hora de determinar el tamaño del mercado relevante, es preciso indicar la escasez de datos fiables debido fundamentalmente a la dificultad de trazar, en algunas ocasiones, líneas divisorias nítidas entre los distintos servicios ofrecidos por los operadores.



No obstante lo anterior, en el presente análisis se utilizarán los datos aportados por el notificante que han sido extraídos del informe que sobre Mensajería y Paquetería en España ha elaborado la consultora DBK en julio de 2001.

Dicho informe analiza el sector de los servicios de mensajería y paquetería en España, distinguiendo dos tipos de actividades: paquetería empresarial y paquetería industrial.

La paquetería empresarial estaría constituida por servicios urgentes de envíos de pequeño tamaño, destinada a clientes particulares y empresas en general, incluyéndose, por tanto, en este grupo las actividades de mensajería urbana y courrier nacional e internacional. Según el notificante, estos servicios se corresponden con el mercado de la distribución urgente de documentos y paquetes de peso reducido, sector en el que están activas tanto CHRONOEXPRES como SERVIPACK.

La paquetería industrial, por su parte, estaría más orientada a empresas industriales al ofrecer servicios programados con un menor componente de urgencia, periodicidad de los envíos y peso variable aunque, en general, más elevado que el anterior.

Según el citado informe, la cifra de negocio generada en el sector de los servicios de mensajería y paquetería en España ascendió en 2000 a 3.203,4 M. de Euros (533.000 M. de Ptas.), creciendo un 14,6% respecto al año anterior.

En el segmento de la paquetería empresarial se genera el 62,5% del mercado total (2.002 M. de Euros o 333.000 M. de Ptas. aproximadamente), alcanzando una cota de crecimiento del 15,6% en el último año.

VI.3. Estructura de la oferta

El mercado español de los servicios de mensajería y paquetería, según el informe de DBK, está constituido por un total de 4.050 empresas, principalmente activas en aquellas zonas con una mayor actividad industrial y de servicios, si bien su cobertura geográfica se ve ampliada mediante el establecimiento de redes de franquicia y acuerdos de corresponsalía.

A continuación se presentan dos cuadros que recogen respectivamente las participaciones de los principales operadores del mercado de los servicios de mensajería y paquetería en general, y los datos relativos a la paquetería empresarial.



ESTRUCTURA DEL MERCADO ESPAÑOL DE MENSAJERÍA Y PAQUETERÍA		
OPERADOR	CUOTAS DE MERCADO	
	1999	2000
SEUR	11,3%	11,1%
MRW	8,7%	9,3%
GUIPOZCOANA EURO EXPRESS	7,2%	7,4%
AZKAR	7,0%	7,0%
Grupo CORREOS (CHRONOEXPRES)	4,4%	4,7%
DHL	4,2%	4,2%
TNT	3,6%	3,8%
.....
SERVIPACK	2,2%	2,2%

Fuente: Notificante, según datos extraídos del informe "Mensajería y Paquetería" de DBK. Julio 2001

ESTRUCTURA DEL MERCADO ESPAÑOL DE LA PAQUETERÍA EMPRESARIAL		
OPERADOR	CUOTAS DE MERCADO	
	1999	2000
SEUR	18,2%	17,8%
MRW	14,1%	14,9%
Grupo CORREOS (CHRONOEXPRES)	7,1%	7,4%
DHL	6,8%	6,8%
TNT	5,8%	6,0%
UPS	4,2%	3,9%
NACEX (LOGISTA)	3,5%	3,7%
ASM	3,5%	3,6%
SERVIPACK	3,5%	3,5%
HALCOURIER	3,5%	3,4%
.....
FEDEX	0,4%	0,4%
Otros	29,4%	28,6%

Fuente: Notificante, según datos extraídos del informe "Mensajería y Paquetería" de DBK. Julio 2001.

La participación correspondiente al grupo CORREOS incluida en el cuadro anterior se verá incrementada en un 0,19% como consecuencia de la aportación a CHRONOEXPRES de las actividades de paquetería exprés B2C de DPD IBÉRICA y TAT EXPRESS del grupo LA POSTE, en ejecución de los acuerdos que han dado lugar a la toma de control exclusivo de CHRONOEXPRES por parte de CORREOS. Asimismo y tomando en consideración el acuerdo de colaboración suscrito entre CHRONOEXPRES y FEDEX citado anteriormente, según el cual la compañía española realizará las actividades de recogida, transporte y entrega de paquetería y servicios relacionados de la segunda en la totalidad del territorio español, cabría atribuir a CHRONOEXPRES la cuota correspondiente a FEDEX (0,4% del mercado). Por todo lo anterior, la participación que el grupo CORREOS sería próxima al 8%.



Finalmente, es preciso señalar que las actividades de paquetería empresarial guardan una indudable relación con aquéllas de servicio universal en las que, tenga o no exclusividad atribuida por Ley, CORREOS es el único operador en España.

VI.4. Estructura de la demanda

La demanda del mercado de los servicios de mensajería y paquetería está constituida por dos grandes grupos, el sector empresarial e industrial por un lado y los particulares, aunque con menor relevancia, por otro.

Los servicios de distribución de documentos y paquetes, tanto nacional como internacional, han alcanzado una elevada tasa de penetración en el tejido empresarial español, estimando el notificante que aproximadamente el 80% de las grandes y medianas empresas españolas contrata externamente los distintos servicios de distribución de paquetes y documentos.

Estos clientes son especialmente sensibles hacia la calidad del servicio, principalmente en lo relacionado con el cumplimiento de plazos de entrega, y el grado de adaptación a sus necesidades de los servicios ofrecidos por los distintos operadores, apreciándose una menor sensibilidad hacia la variable precio. Son también elementos esenciales de competencia en el mercado la prestación de servicios complementarios de mayor valor añadido, así como contar con una amplia cobertura geográfica.

En cuanto a la demanda constituida por particulares, ésta representa una proporción menor que la anterior, a pesar de lo cual algunos operadores de este sector diseñan servicios especialmente dirigidos a ellos.

VI.5. Estructura de la distribución

Los operadores del mercado de los servicios de mensajería y paquetería suelen disponer de una red de delegaciones propias distribuidas por todo el territorio nacional, así como por una flota de camiones y vehículos de reparto para la recogida, transporte y distribución de los envíos.

No obstante, es preciso mencionar la tendencia actual a subcontratar parte e incluso la totalidad de las actividades de distribución física de los envíos con proveedores de transporte autónomos, así como a reducir el número de delegaciones comerciales propias incrementando el número de colaboradores franquiciados.

En cuanto a las empresas implicadas en la operación, CHRONOEXPRES organiza sus canales de distribución a través de su red de delegaciones propias, no franquiciadas, mientras que subcontrata la distribución física de los envíos a proveedores de transporte autónomos.



SERVIPACK, por su parte, desarrolla su actividad comercial a través de una red constituida por 15 delegaciones comerciales propias y 14 franquicias, subcontratando con transportistas autónomos la distribución física de los envíos.

VI.6. Fijación de precios y otras condiciones comerciales

Según el notificante, el factor precio se mantiene como un elemento importante de competencia en el mercado de la paquetería empresarial, lo que se materializa en la oferta de descuentos y el establecimiento de tarifas personalizadas por parte de los operadores presentes en el mercado.

No obstante, también pueden ser importantes otros factores tales como la prestación de servicios complementarios de mayor valor añadido y especialmente la calidad del servicio, principalmente en lo que se refiere a flexibilidad, capacidad de adaptación a las necesidades del cliente, cumplimiento de plazos de entrega cada vez más reducidos y disminución de las incidencias en el tránsito.

VI.7. Competencia potencial- Barreras a la entrada

La Ley 24/1998, del Servicio Postal Universal y de Liberalización de los Servicios Postales establece la liberalización de los servicios no incluidos en el ámbito del servicio postal universal, así como de los servicios incluidos en éste pero no reservados al operador al que se le encomienda el servicio postal universal. Para la prestación de estos servicios liberalizados se requiere el correspondiente título habilitante, que variará en función de la naturaleza del servicio a prestar, siendo preciso contar, en el caso de los servicios urgentes, con una autorización administrativa general.

De acuerdo con lo establecido en el artículo 9.2 de la Ley 24/1998, el otorgamiento de dicha autorización se realiza con carácter reglado y de modo automático siempre que el interesado asuma la obligación de cumplir los requisitos esenciales para la prestación del servicio postal. Concretamente, estos requisitos esenciales son: la salvaguarda del derecho a la inviolabilidad de la correspondencia, la obligación de la protección de los datos y los derechos establecidos por la normativa sectorial sobre seguridad del funcionamiento de la red en materia de transporte de sustancias peligrosas, protección del medioambiente y ordenación territorial.

En consecuencia, la autorización administrativa exigida para la prestación de servicios urgentes no constituye una barrera significativa de entrada al mercado.

La principal dificultad de acceso al mercado de los servicios de paquetería empresarial se deriva de la necesidad de crear una infraestructura en red, imprescindible para actuar en este



mercado. En concreto, los principales costes de instalación son los derivados de la creación y el mantenimiento de una red de recogida y entrega física de los envíos.

Cabe apuntar, no obstante, la tendencia indicada por el notificante según la cual los operadores tienden a subcontratar parte e incluso la totalidad de su flota de camiones y de vehículos de reparto así como a actuar a través de franquicias, motivo por el que el notificante indica que este factor no constituye una barrera infranqueable de entrada al mercado.

En cuanto a las empresas que recientemente han accedido al mercado, el notificante indica el caso de TIPSA (Transporte Integral de Paquetería, S.A.), empresa creada en 2001 por seis empresas regionales de paquetería de pequeño y mediano tamaño, que ofrece servicios de transporte urgente a empresas dedicadas a comercio electrónico y que en la actualidad cuenta con 7.000 clientes, estando presente en todo el territorio nacional a través de 77 puntos propios de distribución y logística.

VII. VALORACIÓN DE LA OPERACIÓN

Como consecuencia de la operación de concentración analizada, el grupo CORREOS verá reforzada su presencia en el mercado español de los servicios de paquetería empresarial, donde alcanzará una cuota en torno al 11% del mercado.

Esta participación es superada por otros operadores como SEUR y MRW, contando además el mercado con competidores importantes como DHL (grupo DEUTSCHE POST), TNT (grupo TPG) y UPS.

El mercado español de la paquetería empresarial se caracteriza por ser muy competitivo, por presentar una estructura atomizada y barreras a la entrada relativamente reducidas. Además, es preciso considerar el compromiso asumido voluntariamente por CORREOS para mantener una estricta separación contable entre las secciones correspondientes a los servicios postales reservados en exclusiva por la normativa aplicable y el resto de sus actividades, al objeto de prevenir los subsidios intraempresa.

Teniendo en cuenta lo anterior y, en particular, el citado compromiso de CORREOS, puede concluirse que la operación de referencia difícilmente dará lugar a una situación que impida el mantenimiento de una competencia efectiva en el mercado español analizado.

VIII. PROPUESTA

En atención al análisis anterior, se propone **no remitir** el expediente de referencia al Tribunal de Defensa de la Competencia para su informe en aplicación del artículo 15 bis, 1 de la Ley 16/1989, de 17 de julio, de Defensa de la Competencia.