



## INFORME DEL SERVICIO DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

### N- 248      CORREOS Y TELÉGRAFOS / CHRONOEXPRES

Con fecha 22 de mayo 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 CHRONOEXPRES, S.A. por parte de CORREOS Y TELÉGRAFOS, 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 14 de junio de 2002 información de carácter necesario para la resolución del expediente. La información requerida fue cumplimentada con fecha 26 de junio de 2002.

Posteriormente, con fecha 1 de julio de 2002 se requirió del notificante información adicional que fue aportada el 12 de julio de 2002

Según lo anterior, computados los plazos, si el expediente no es trasladado al Tribunal de Defensa de la Competencia antes del **15 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 la compañía española CORREOS Y TELÉGRAFOS, S.A, (“CORREOS”) de una participación adicional en el capital social de CHRONOEXPRÉS, S.A, empresa española anteriormente controlada conjuntamente por CORREOS y grupo francés LA POSTE, a través de CHRONOPOST.

El acuerdo suscrito entre las partes el 21 de junio de 2001 (“Acuerdo Estratégico para el Desarrollo de la Paquetería Exprés en España”) y posteriormente desarrollado mediante Acuerdo de fecha 4 de diciembre de 2001, prevé que la operación se materializará a través de una ampliación de capital que será suscrita en proporción variable por CORREOS y CHRONOPOST mediante aportaciones no dinerarias de nuevas líneas de negocio. En concreto, los socios aportarán a CHRONOEXPRÉS el fondo de comercio de paquetería exprés B2C de CORREOS y los fondos de comercio de paquetería exprés de DPD IBÉRICA y TAT EXPRESS del grupo LA POSTE. Posteriormente CORREOS aportará adicionalmente su fondo de comercio de paquetería exprés sin contrato.

Tras la valoración realizada por un consultor externo de dichos fondos de comercio, CORREOS detendrá el 57% del capital de CHRONOEXPRÉS y CHRONOPOST el 43% restante. A partir de ese momento, CORREOS asumirá la gestión de la sociedad. El Consejo de Administración estaría compuesto por diez miembros, seis de ellos nombrados por CORREOS y los cuatro restantes por CHRONOPOST.

No obstante, hay que considerar que las disposiciones relativas a la adopción de las decisiones estratégicas en el seno de CHRONOEXPRÉS<sup>1</sup> se realizará por mayoría de dos tercios de los asistentes, presentes o representados, al Consejo de Administración de la sociedad.

El 11 de junio de 2002 el notificante presentó ante el Servicio un nuevo acuerdo que modifica ciertos aspectos de los acuerdos suscritos anteriormente por CORREOS y CHRONOPOST, entre otros, la distribución accionarial del capital social de CHRONOEXPRÉS, que tras la ejecución de una nueva ampliación de capital será la siguiente: CORREOS un 74,23% y CHRONOPOST un 25,77%, situación que altera asimismo la composición del Consejo de Administración de la sociedad. A partir de este nuevo acuerdo, se reduce a ocho el número de consejeros de dicho órgano, de los cuales seis serán nombrados a propuesta de CORREOS y dos a propuesta de CHRONOPOST.

El acuerdo notificado al Servicio el 11 de junio de 2002 contiene una opción de compra de acciones de CHRONOEXPRÉS a favor de CHRONOPOST sobre un número de acciones tal que

---

<sup>1</sup> Entre estas decisiones estratégicas se encuentra: la adopción del presupuesto anual y el plan provisional de inversiones de la sociedad, siempre que varíen en un 20% respecto al año anterior; la política de reparto de dividendos; la aprobación de las grandes inversiones no incluidas en los presupuestos; la aprobación de contratos concluidos con los socios, la entrada de nuevos socios, y el acta de disposición o licencia de explotación de marcas pertenecientes a CHRONOEXPRÉS.



le permita alcanzar una participación del 43% de la sociedad. La opción podrá ejercitarse a partir de la inscripción en el Registro Mercantil de las dos ampliaciones de capital previstas en los acuerdos suscritos por las partes y durante un plazo improrrogable que concluirá el 31 de diciembre de 2005. Siguiendo lo establecido por el Tribunal de Primera Instancia<sup>2</sup>, su ejecución es un elemento hipotético que no altera la consideración de que como consecuencia de este acuerdo se producirá un cambio en la estructura de control de CHRONOEXPRÉS que pasará a estar bajo el control único de CORREOS.

No obstante, es preciso indicar que en el caso de que CHRONOPOST haga efectiva la citada opción de compra y esa situación suponga un cambio en la estructura de control de CHRONOEXPRÉS, las partes interesadas deberán proceder a su notificación a la autoridad de defensa de la competencia competente.

## **II. RESTRICCIONES ACCESORIAS**

En el Acuerdo Estratégico para el Desarrollo de la Paquetería Exprés en España firmado por las partes el 21 de junio de 2001 se incluyen determinados acuerdos y restricciones a la competencia entre las partes.

En el expositivo del Acuerdo, las partes reiteran su intención, puesta de manifiesto en anteriores acuerdos, de “cooperar entre ellas reagrupando sus actividades de paquetería exprés para, conjuntamente, reforzar su posición en el mercado español de la paquetería exprés y permitir que CORREOS participe en una red internacional de paquetería exprés. Además permitirá a CORREOS y CHRONOPOST unir sus fuerzas para hacer frente a los operadores de ámbito mundial en un mercado de paquetería exprés plenamente liberalizado y salvaguardar su posición en sus respectivos mercados”.

El Acuerdo incorpora los siguientes elementos restrictivos:

### **II.1. Cláusula de no competencia**

Los párrafos tercero y cuarto del epígrafe II del Acuerdo incluyen una cláusula de no competencia según la cual CORREOS y el grupo LA POSTE se comprometen, en el territorio español y mientras esté vigente dicho Acuerdo<sup>3</sup>, a no poseer, directa o indirectamente, acciones, participaciones sociales o intereses bajo cualquier forma en una sociedad que ejerza una actividad idéntica a la realizada por CHRONOEXPRÉS, así como a no realizar, en general, dicha actividad fuera de CHRONOEXPRÉS.

<sup>2</sup> Asunto T-2/93 AIR FRANCE contra COMISIÓN

<sup>3</sup> El artículo séptimo de ese acuerdo indica que su duración será de diez años a contar desde su firma. No obstante, dejará de tener efecto el día en que CHRONOPOST o CORREOS no tengan título alguno en la sociedad.



## **II.2. Cláusula de no captación**

El acuerdo contempla asimismo una cláusula de no captación de personal según la cual CORREOS y CHRONOPOST se comprometen a no contratar al personal de plantilla o directivos de CHRONOEXPRES. Esta obligación se extenderá a LA POSTE y sus filiales en la hipótesis de que CHRONOPOST cesara de ser socio de CHRONOEXPRES, por un periodo de 2 años a contar desde la cesión de sus acciones.

## **II.3. Otras**

Las partes asimismo pactan en el artículo octavo del Acuerdo la integración de CHRONOEXPRES en las redes internacionales de GEOPOST (CHRONOPOST INTERNATIONAL y DPD). Así en el punto 8.2 se establece que CHRONOEXPRES será el operador español exclusivo de las redes internacionales de paquetería exprés cuyo liderazgo y control pertenecen a GEOPOST, debiendo esta sociedad utilizar estas redes y respetar sus reglas de funcionamiento.

## **II.4. Valoración**

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.

En este caso, la cláusula de no competencia se refiere al compromiso por parte de un accionista minoritario de CHRONOEXPRES (grupo LA POSTE) de no actuar en el mercado en el que está activa dicha sociedad mientras esté vigente el acuerdo suscrito por las partes

Este Servicio, en coincidencia con los criterios recogidos en la Comunicación de la Comisión Europea relativa a las restricciones directamente relacionadas y necesarias para las operaciones de concentración (DO C188 de 4.7.2001), considera que el citado pacto de no competencia no puede considerarse directamente vinculado ni necesario para la toma del control exclusivo de CHRONOEXPRES por parte de CORREOS. Por ello, este pacto no puede considerarse una restricción a la competencia de las contempladas en el apartado 5 del artículo 15 bis de la Ley 16/1989. El mismo razonamiento se puede emplear respecto a los diferentes acuerdos de colaboración y cooperación previstos en el documento suscrito por las partes.



Por todo ello, estos elementos cooperativos estarán sujetos, en su caso, a la normativa correspondiente en materia de acuerdos entre empresas.

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

De acuerdo con la notificación, la operación notificada 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 los apartados 2 y 3 de 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 PARTÍCIPIES**

#### **IV.1. Adquirente**

##### **\* CORREOS**

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.

Los productos comercializados por CORREOS se pueden agrupar en las siguientes categorías:

- *Productos postales básicos.* En este grupo se integran los envíos de documentos u objetos de hasta 2 Kgs de peso, en formato de carta o tarjeta postal.
- *Productos de paquetería.* Este grupo comprende los envíos nacionales (Paquete Azul) e internacionales (Paquete postal internacional) de documentos o mercancías de hasta 20 Kgs de peso. Estos envíos circulan siempre certificados y se entregan a domicilio con acuse de recibo, teniendo la posibilidad de incluir servicios adicionales de aviso de recibo, reembolso y seguro.



- *Productos urgentes.* Esta línea de productos responde a las necesidades de comunicación y transporte más urgente, caracterizándose por su seguimiento informatizado y su entrega domiciliaria. Esta línea engloba los siguientes servicios:
  1. *Postal Exprés Nacional*, servicio urgente de envío de documentos o paquetes de hasta 20 Kgs de peso dentro del territorio nacional.
  2. *Postal Exprés Internacional*, servicio urgente de envío de documentos o paquetes de hasta 20 Kgs de peso a las ciudades más importantes del mundo, con las máximas garantías de seguridad y rapidez.
  3. *Carta urgente*, envíos urgentes nacionales e internacionales de cartas o documentos de hasta 2 Kgs de peso.
  4. *Correo urgente Internacional*, envío de documentos o comunicaciones escritas en un plazo medio de entrega de dos días a las principales ciudades europeas
  5. *Valijas*, servicio de envío de documentos y mercancías de hasta 20 Kgs de peso que funciona como correo interno urgente de las empresas, o entre ellas y sus delegaciones o sucursales, con recogida, transporte y entrega domiciliaria en horarios fijos.
- *Productos empresariales.* Dentro de este grupo de productos se engloba el marketing directo por correo, la venta a distancia y la distribución de libros y periódicos.
- *Productos financieros.* En esta categoría se incluyen los giros, tanto nacionales como internacionales, ordinarios o urgentes, el servicio de transferencia electrónica “*Dinero en Minutos*” en colaboración con Western Union, así como los productos y servicios financieros de Deutsche Bank que CORREOS comercializa en sus oficinas, al ser agente de dicha entidad bancaria desde 1999.
- *Productos de telecomunicaciones.* En este grupo de productos se incluyen telegramas, télex, fax y burofax cursados a través de la red propia de telecomunicación de CORREOS.

CORREOS está presente en todo el territorio nacional, a través de los 10.183 puntos de atención al público que dispone en la actualidad

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

<b>VOLUMEN DE VENTAS DE CORREOS (Millones de Euros)</b>			
<b>EJERCICIO</b>	<b>MUNDIAL</b>	<b>UE</b>	<b>ESPAÑA</b>
<b>1999</b>	1.184,1	1.184,1	1.184,1
<b>2000</b>	1.285,7	1.285,7	1.285,7
<b>2001</b>	1.474,2	1.474,2	1.474,2
Fuente: Notificante			



## IV.2. Adquirida

### \* 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.

Desde el año 1999, CHRONOEXPRÉS es una empresa en participación controlada conjuntamente por CORREOS y LA POSTE, a través de su filial CHRONOPOST, S.A., grupos que detentan cada uno el 50% de su capital social. Anteriormente CHRONOEXPRÉS (denominada en ese momento JET WORLDWIDE ESPAÑA, S.A.) era una filial al 100% de LA POSTE.

Dicho cambio en la estructura de control de CHRONOEXPRÉS fue notificado a la Comisión Europea el 27 de abril de 1999 (Caso comunitario nº IV/JV.18 CHRONOPOST ESPAÑA), siendo la operación de concentración declarada compatible con el mercado común mediante Decisión de 1 de junio de 1999.

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).

Los servicios ofrecidos por CHRONOEXPRÉS se ajustan, por tanto, a las necesidades de sus clientes y son principalmente *Chrono 10* y *Chrono 18*, caracterizados por el envío de paquetes en todo el territorio nacional con garantía de entrega antes de las 10 y las 18 horas del día siguiente respectivamente. Otros servicios ofrecidos por CHRONOEXPRÉS son *Chrono Internacional*, transporte urgente internacional de paquetería a cualquier destino del mundo y *Euro Chrono*, transporte urgente de paquetería a las principales capitales europeas, en el plazo de 24 horas.

Tras la ejecución de la operación de concentración analizada, en el caso de que la misma sea autorizada por la autoridad española de defensa de la competencia, CHRONOEXPRÉS comenzará a operar asimismo en el ámbito de la paquetería exprés B2C (envíos de empresas a particulares), debido a que CORREOS le transferirá su fondo de comercio de esta modalidad de paquetería exprés.

CHRONOEXPRÉS está presente en todo el territorio nacional a través de sus propias delegaciones.



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

VOLUMEN DE VENTAS DE CHRONOEXPRES (Millones de Euros)			
EJERCICIO	MUNDIAL	UE	ESPAÑA
1999	48,0	48,0	48,0
2000	55,1	55,1	55,1
2001	62,1	62,1	62,1

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 de distribución urgente de documentos y paquetes, en el que está activa la empresa objeto de cambio de control.

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 Comisión<sup>4</sup> 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” 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

---

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





precios. Así, los servicios de paquetería normalmente presentan 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 planteado 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 logísticos en el informe relativo al expediente de concentración económica C69/02 LOGISTA/BURGAL. El informe del TDC indica 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.



## 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 (como la que enmarca esta operación entre CORREOS y LA POSTE), 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 servicios incluidos en el ámbito del servicio postal universal y los excluidos de éste, que se



prestarán en régimen de libre competencia<sup>5</sup>. 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 ese documento, 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 reducidos 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.

---

<sup>5</sup> 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. Tal es el caso del operador postal alemán DEUTSCHE POST, el holandés TPG o el francés 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 está activa CHRONOEXPRES,

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, único de los dos identificados por la consultora DBK en el que están activas CORREOS y CHRONOEXPRES, 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%
DHL	4,2%	4,2%
TNT	3,6%	3,8%
.....	.....	.....
<b>CORREOS</b>	<b>2,7%</b>	<b>2,9%</b>
.....	.....	.....
<b>CHRONOEXPRES</b>	<b>1,7%</b>	<b>1,8%</b>

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%
DHL	6,8%	6,8%
TNT	5,8%	6,0%
<b>CORREOS</b>	<b>4,3%</b>	<b>4,6%</b>
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%
<b>CHRONOEXPRES</b>	<b>2,8%</b>	<b>2,8%</b>
Otros	29,8%	29%

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



En cuanto a las participaciones que detentan las actividades de paquetería exprés B2C de DPD IBÉRICA y TAT EXPRESS, filiales del grupo LA POSTE que serán aportadas a CHRONOEXPRES, éstas ascienden al 0,06% y 0,13% respectivamente del mercado de la paquetería empresarial, según información aportada por el notificante.

Finalmente, es preciso señalar que las actividades de paquetería empresarial guardan una indudable relación con aquellas 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 (como el caso de SEUR o CHRONOEXPRES), así como a reducir el número de delegaciones comerciales propias incrementando el número de colaboradores franquiciados, tal es el caso de MRW que únicamente actúa a través de esta fórmula.



## **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, situación 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, tal como se ha puesto de manifiesto en el análisis de la demanda, también se compete atendiendo a 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

La operación de concentración analizada supone la adquisición en exclusiva por CORREOS del control de CHRONOEXPRES y, por tanto, de la totalidad de su cuota en el mercado español de los servicios de paquetería empresarial, que asciende al 2,8% del mismo. Esta cuota se verá incrementada en un 0,19% como consecuencia de la aportación de las actividades de paquetería exprés B2C de DPD IBÉRICA y TAT EXPRESS a CHRONOEXPRES.

De esta forma CORREOS alcanzará una cuota del 7,59% del mercado, participación superada por SEUR y MRW que detentan cuotas del 17,8% y del 14,9%, respectivamente. Entre el resto de los competidores del mercado español de los servicios de paquetería empresarial destacan DHL (grupo DEUTSCHE POST), que dispone de una participación del 6,8%, TNT (grupo TPG) con un 6% y UPS con el 3,9%.

El mercado español de la paquetería empresarial se caracteriza por ser muy competitivo y por presentar una estructura atomizada y barreras a la entrada relativamente reducidas.

Además, dado que CORREOS ya controlaba (aunque conjuntamente) CHRONOEXPRES con carácter previo a la operación notificada, no cabe considerar que las condiciones de competencia en el mercado de la paquetería empresarial se vayan a ver sensiblemente modificadas como consecuencia de esta operación.

## 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, por lo que la operación de concentración notificada quedaría tácitamente autorizada, de acuerdo con el apartado 2 del citado artículo.





No obstante, los distintos acuerdos y restricciones a la competencia incluidos en el Acuerdo Estratégico para el Desarrollo de la Paquetería Exprés en España, firmado por las partes el 21 de junio de 2001, no pueden considerarse restricciones de las contempladas en el apartado 5 del artículo 15 bis de la Ley 16/1989, por lo que no se deben entender autorizados como parte de la operación notificada