



INFORME DEL SERVICIO DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

N-03064

INVESTGI/ DEUTSCHE POST / DHL / DANZAS

Con fecha 14 de noviembre de 2003, 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 conjunto de DHL INTERNATIONAL ESPAÑA, S.A. y del negocio de transporte terrestre de DANZAS, S.A. por DEUTSCHE POST, AG e INVESTGI, S.L..

La notificación ha sido realizada conjuntamente por DEUTSCHE POST, AG e INVESTGI, S.L., 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 a) 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".

De acuerdo con lo estipulado en el artículo 15.2 de la Ley 16/1989, el notificante solicita que, en el caso de que el Ministro de Economía resuelva remitir el expediente al Tribunal de Defensa de la Competencia, se levante la suspensión de la ejecución de la operación.

Según lo anterior, computados los plazos, si el expediente no es trasladado al Tribunal de Defensa de la Competencia antes del **15 de diciembre de 2003**, inclusive, la operación notificada se considerará tácitamente autorizada.

I. NATURALEZA DE LA OPERACIÓN

La presente operación supone la plasmación jurídica del proceso de reorganización interno en el que actualmente se encuentra inmerso el grupo DEUTSCHE POST en relación a sus actividades en España y Portugal. El objeto de dicha reorganización es la integración de todas sus actividades de paquetería, mensajería y transporte de carga completa y carga fraccionada en una nueva organización global (Grupo DHL Iberia), que a su vez se integrará en la Red Internacional DHL con el objetivo de lograr un gran grupo internacional líder en la prestación de servicios de transporte.

En particular, la operación objeto de notificación se refiere a la integración en NARRONDO DESARROLLO, S.L. ("NARRONDO") de la mayor parte de las actividades que el grupo



DEUTSCHE POST realiza en España y Portugal, a excepción de las de transporte marítimo y aéreo y logística integral de DANZAS, S.A. NARRONDO es la sociedad matriz del grupo GUIPUZCOANA y desde 1999 está controlada conjuntamente por DEUTSCHE POST (51% del capital) e INVESTGI, S.L. (entidad a través de la cual los antiguos accionistas del grupo GUIPUZCOANA son titulares del 49% restante)¹.

La integración mencionada se llevará a cabo mediante una serie de operaciones societarias que culminarán con la transmisión a NARRONDO de la totalidad de las acciones representativas del capital social de DHL INTERNATIONAL ESPAÑA, S.A., DHL TRANSPORTADORES RÁPIDOS INTERNACIONAIS, LDA., DANZAS, S.A. y DANZAS, LDA, una vez segregadas de estas dos últimas compañías sus actividades de transporte marítimo y aéreo y de logística integral. Como contrapartida de la citada aportación, DEUTSCHE POST pasará a detentar el 75% del capital de NARRONDO e INVESTGI, S.L. el 25% restante.

Con independencia del incremento de la participación accionarial del grupo DEUTSCHE POST en NARRONDO, ésta sociedad seguirá estando controlada conjuntamente por el citado grupo e INVESTGI, según se desprende de los acuerdos adoptados por las partes en el contrato marco de 21 de octubre de 2003. Dichos acuerdos, que se refieren a las mayorías reforzadas necesarias para la aprobación por parte del Consejo de Administración de NARRONDO de determinadas cuestiones estratégicas de la empresa², exceden de los simples derechos de protección de las minorías y llevan a determinar que INVESTGI y DEUTSCHE POST ejercen el control conjunto sobre NARRONDO y por tanto sobre DHL INTERNATIONAL ESPAÑA, S.A., el negocio de transporte terrestre de DANZAS, S.A. así como sobre las empresas que desarrollan las mismas actividades en Portugal.

La operación notificada supone, por tanto, el paso de un control exclusivo por parte de DEUTSCHE POST a un control conjunto por DEUTSCHE POST e INVESTGI sobre DHL INTERNATIONAL ESPAÑA, S.A. y sobre el negocio de transporte terrestre de DANZAS, S.A.

En el marco de este proceso de reorganización, se producirá asimismo una unificación de las marcas comerciales del grupo DEUTSCHE POST, pasando los servicios de todas sus filiales a llevar la marca *DHL*. Así, la marca *DHL Express* incluirá los servicios de mensajería y entrega urgente de DHL, el negocio del grupo GUIPUZCOANA y las actividades de transporte urgente terrestre internacional de DANZAS; la marca *DHL Freight*, los servicios de transporte internacional de carga completa y carga fraccionada de DANZAS, mientras que las marcas *DHL Danzas Air & Ocean* y *DHL Solutions* incluirán respectivamente las actividades de transporte intercontinental de carga y las actividades de logística que previamente realizaba DANZAS.

Por otro lado, el acuerdo marco de 21 de octubre de 2003 regula las condiciones para la integración del Grupo DHL Iberia en la organización internacional de servicios de transporte de DHL, estableciendo su exclusividad para el territorio de España y Portugal.

¹ Dicha operación fue objeto de notificación al Servicio de Defensa de la Competencia el 8 de julio de 1999 (N-006 DEUTSCHE POST/GUIPUZCOANA).

² Entre los acuerdos que requieren la aprobación de al menos 4 de los 5 miembros del Consejo de Administración de NARRONDO (3 nombrados por DEUTSCHE POST y 2 por INVESTGI) se encuentran: el cese y el nombramiento de Consejeros Delegados, el nombramiento, sustitución o cese de los miembros del Equipo Directivo del Grupo DHL Iberia, la aprobación del Plan de Negocio anual, la aprobación del Plan de Inversión, la realización de inversiones en inmovilizado material e inmaterial que excedan de los importes previstos en el Plan de negocio anual o la cifra prevista en cada ejercicio, nombramiento del Auditor de Cuentas, etc.



Por último, el acuerdo suscrito entre las partes incluye entre las condiciones suspensivas para el perfeccionamiento de la operación la obtención de la correspondiente autorización por parte de las autoridades de competencia.

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

De acuerdo con el notificante, 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 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.

III. EMPRESAS PARTICIPES

III.1. Adquirentes

- **DEUTSCHE POST, AG.**

Sociedad de nacionalidad alemana que constituye la matriz del grupo DEUTSCHE POST y cuyo capital social se encuentra en su mayor parte en manos del Estado alemán.

La principal actividad de DEUTSCHE POST es la provisión del servicio postal en Alemania, que comprende los servicios de correos, paquetería (nacional e internacional) y servicio de ventanilla, en virtud de una licencia en exclusiva establecida por la legislación alemana. DEUTSCHE POST es además el operador postal público en Alemania por lo que de acuerdo con la Convención Postal Universal realiza servicios de correo transfronterizo.

Actualmente, el grupo DEUTSCHE POST se ha diversificado a otras áreas de actividad ofreciendo servicios de transporte y correos de mayor valor añadido, tales como servicios de mensajería y paquetería urgente de carácter doméstico e internacional por vía aérea así como logística. Asimismo está presente en el sector de los servicios financieros y de la distribución de material de oficina y objetos de papelería.

El grupo DEUTSCHE POST viene desarrollando una estrategia de internacionalización mediante una intensa actividad compradora³, lo que junto al establecimiento de acuerdos comerciales con otros operadores le ha llevado a la constitución de una densa red europea.

En España, DEUTSCHE POST está presente principalmente a través de DHL INTERNATIONAL ESPAÑA, S.A. (servicios de mensajería y paquetería urgente internacional

³ La política de adquisiciones de DEUTSCHE POST ha dado como resultado la toma de control de, entre otras, las siguientes empresas: las suizas SWISS PAKETDIENST y DANZAS, la norteamericana GLOBAL MAIL, la francesa DUCROS, la sueca ASG AB, las actividades europeas de distribución, transporte y logística del grupo holandés NEDLLOYD y la compañía sueca de transporte ASG. Recientemente ha adquirido el control exclusivo de la empresa de transporte urgente DHL (caso nº IV/M.2908 DEUTSCHE POST/DHL (II)), de las actividades de distribución de la británica SECURICOR (caso nº IV/M.3155 DEUTSCHE POST/SECURICOR) así como de las actividades terrestres de la compañía norteamericana AIRBORNE, Inc.



puerta a puerta), DANZAS, S.A. (servicios de transporte internacional de mercancías por vía terrestre, marítima y aérea y logística) y el Grupo GUIPUZCOANA, activo principalmente en el sector de la paquetería industrial a nivel nacional, a través de una red de transporte integrada que asimismo ofrece servicios logísticos.

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

Volumen de ventas del grupo DEUTSCHE POST (Millones euros)			
	2000	2001	2002
Mundial	38.745	38.745	39.255
Unión Europea	[>250] ⁴	[>250]	[>250]
España*	[>60]	[>60]	[>60]

Fuente: Notificación

* El volumen de ventas del grupo DEUTSCHE POST en España en los años 2000 y 2001 consolida parcialmente el volumen de negocios de GUIPUZCOANA mientras que en 2002 la consolidación es completa.

- **INVESTGI, S.L.**

Sociedad de nacionalidad española cuyo capital social se encuentra en manos de diversas personas físicas, antiguos propietarios de las distintas empresas que constituyen el grupo GUIPUZCOANA y que tras la toma de control conjunto del grupo español por DEUTSCHE POST transmitieron a esta sociedad su participación en GUIPUZCOANA.

INVESTGI actualmente dispone del 49% del capital de NARRONDO, matriz del grupo GUIPUZCOANA, que controla conjuntamente con DEUTSCHE POST. Según se ha mencionado anteriormente, el grupo GUIPUZCOANA está principalmente activo en el sector de la paquetería industrial.

En relación con el volumen de ventas de INVESTGI, es preciso indicar que no realiza más actividades que las directamente relacionadas con su participación en GUIPUZCOANA, cuya facturación ha sido consolidada en la contabilidad del grupo DEUTSCHE POST parcialmente en los ejercicios 2000 y 2001 y de forma completa en 2002, según lo indicado anteriormente en el cuadro relativo al volumen de ventas de DEUTSCHE POST.

III.2. Adquiridas

- **DHL INTERNATIONAL ESPAÑA, S.A. y el negocio de transporte terrestre de DANZAS, S.A.**

DHL INTERNATIONAL ESPAÑA, S.A. y DANZAS, S.A. son sociedades de nacionalidad española pertenecientes al grupo DEUTSCHE POST.

La actividad de DHL INTERNATIONAL ESPAÑA, S.A. se centra en la provisión de servicios de mensajería y paquetería urgente internacional puerta a puerta. Adicionalmente ofrece, aunque

⁴ Se indican entre corchetes aquellas partes del informe cuyo contenido exacto se ha declarado confidencial.



en menor medida, servicios de mensajería y paquetería urgente a nivel nacional, servicios de logística, flete urgente internacional y flete pesado.

En cuanto a DANZAS, S.A. es preciso mencionar que posee varias divisiones:

- a) DANZAS EUROCARGO que ofrece servicios de transporte internacional terrestre de mercancías (carga completa y fraccionada). Estos servicios son de ámbito europeo y, en su mayoría, de carácter no urgente.
- b) DANZAS INTERCONTINENTAL que dispone de servicios de transporte de mercancías por vía marítima y aérea.
- c) DANZAS SOLUTIONS, que incluye servicios de logística integral.

De las anteriores divisiones, solo DANZAS EUROCARGO está directamente afectada por la presente operación ya que según el acuerdo marco suscrito entre las partes, las divisiones DANZAS INTERCONTINENTAL y DANZAS SOLUTIONS se segregarán de DANZAS, S.A., con carácter previo a la ejecución de la operación.

El volumen de ventas correspondiente a las empresas y actividades que como consecuencia de la presente operación pasarán a estar controladas conjuntamente por DEUTSCHE POST, AG e INVESTGI, S.L, en los tres últimos ejercicios económicos, conforme al Art.3 del R.D. 1443/2001, es el siguiente:

Volumen de ventas de DHL ESPAÑA y DANZAS EUROCARGO (Millones euros)			
	2000	2001	2002
Mundial	[<5.000]	[<5.000]	[<5.000]
Unión Europea	[<250]	[<250]	[<250]
España	[>60]	[>60]	[>60]

Fuente: Notificación

IV. MERCADO RELEVANTE

IV.1. Mercado de producto

El sector económico afectado por la operación de concentración analizada está constituido por los servicios de distribución de documentos y paquetes, sector en el que están activas las empresas objeto de cambio de control.

Al contrario de la opinión manifestada por la Comisión, en diferentes Decisiones de aplicación del Reglamento (CEE) nº 4064/89, del Consejo, de considerar distintos mercados de producto dentro del sector de los servicios postales⁵, las autoridades españolas de defensa de la competencia han considerado⁶ que existen factores dinámicos y estructurales que afectan a dicho

⁵ La Comisión establece distintos mercados de producto atendiendo a la distinción entre servicios postales básicos y urgentes, de envío de paquetes y documentos o carga (flete), domésticos o internacionales y logística.

⁶ Informe del TDC de 18 de marzo de 2002 en el asunto C62/02 LOGISTA/BURGAL y los posteriores informes del SDC de fecha 19 y 25 de julio de 2002 en los casos N-248 CORREOS/CHRONOEXPRES y N-262 CHRONOEXPRES/SERVIPACK.



sector que hacen cada vez más difíciles de mantener las segmentaciones tradicionalmente planteadas en el ámbito de los servicios postales, por lo que proponen una definición más amplia del mercado.

En efecto, los servicios postales y de correo han evolucionando de manera extremadamente rápida en los últimos años habiéndose difuminado las fronteras existentes entre los distintos servicios. No en vano, el elevado nivel de competencia existente en el sector obliga a los operadores 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, todo ello al objeto de atender las necesidades de unos clientes cada vez más globales.

Entre los factores estructurales que afectan a este sector se encuentran el proceso de liberalización del transporte y de los servicios postales, la introducción de nuevas tecnologías, el impacto del comercio electrónico así como el importante proceso de alianzas y concentraciones que se han producido entre operadores activos tradicionalmente en algunos de estos mercados, hechos que justifican la definición de un mercado más amplio.

No obstante, un análisis de sustituibilidad de productos por el lado de la demanda permite la identificación de varios subsegmentos del mercado: el mercado de la mensajería y paquetería (distinguiendo adicionalmente entre la paquetería empresarial y la paquetería industrial), el mercado del transporte terrestre de mercancías y el mercado de los servicios logísticos.

El mercado de la mensajería y paquetería estaría constituido por los servicios urgentes de recogida, transporte y distribución de documentos y paquetes, pudiéndose distinguir entre:

- La paquetería empresarial que estaría constituida por servicios urgentes de envío de documentos y paquetes de tamaño reducido, empleando para ello una variedad de medios de transporte (incluido el aéreo), servicio que se destina a clientes particulares y empresas en general. Este mercado incluiría, por tanto, las actividades de mensajería (ámbito urbano) y de courier (servicios de transporte nacional e internacional).
- 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.

El mercado del transporte terrestre de mercancías incluye las actividades realizadas por los operadores de transporte en su labor de intermediación entre los usuarios y los transportistas y cuyas funciones principales son la gestión, información, oferta y organización de cargas o servicios necesarios para llevar a cabo la contratación de los transportes de mercancías.

En cuanto al mercado de los servicios logísticos, comprende una amplia variedad de servicios relacionados con la gestión de stocks, gestión de pedidos, manutención o manejo físico del producto, gestión de rutas y distribución física.

En el caso que nos ocupa, las actividades de DHL INTERNATIONAL ESPAÑA, S.A. se centran en la prestación de servicios de mensajería y paquetería urgente internacional, actividades que se integran en el ámbito de la paquetería empresarial, mientras que la división de transporte terrestre de DANZAS, S.A. ofrece servicios de transporte internacional terrestre de mercancías. En cuanto a INVESTGI, empresa que tomará el control conjunto de ambas entidades, únicamente actúa en este sector a través del grupo GUIPUZCOANA que está activo en el ámbito de la paquetería industrial.



Por todo lo anterior, se analizará la presente operación con relación al mercado global de servicios de distribución de documentos y paquetes y, en particular, a los mercados de servicios de mensajería y paquetería y de transporte terrestre de mercancías.

IV.2 Mercado geográfico

El notificante comparte la opinión tradicional de la Comisión y de las autoridades españolas de defensa de la competencia de considerar que estos mercados 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.

No obstante, es preciso reconocer una tendencia hacia la internacionalización de estos mercados como consecuencia del proceso de homogeneización normativa producida en el seno de la Unión Europea, 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.

V. ANÁLISIS DEL MERCADO

V.1. Características y evolución

El mercado de los servicios de mensajería y paquetería se caracteriza por su dinamismo y por estar actualmente inmerso en un proceso de profundas transformaciones, provocado, entre otras causas, por la internacionalización de la economía, el impacto de las nuevas tecnologías, así como por el proceso de liberalización de los servicios postales, que está abriendo a la competencia nuevas áreas de negocio tradicionalmente reservadas a los antiguos monopolios nacionales.

En este contexto se enmarca la intensa estrategia de expansión que llevan a cabo los principales operadores presentes en este sector a través de la adquisición 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 y así consolidar su posición en un escenario de creciente globalización. 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, el francés LA POSTE o el español CORREOS⁷.

En cuanto al sector del transporte terrestre de mercancías, se puede asimismo afirmar que vive una fase de liberalización y homogeneización normativa que favorece la concentración a escala continental, manteniéndose, no obstante, el exceso de la oferta que caracteriza a este sector.

Por otro lado, estos mercados se encuentran en fase de crecimiento debido, entre otras razones, a las nuevas oportunidades de negocio que se derivan de la creciente incorporación de

⁷ Recientemente CORREOS ha adquirido el control exclusivo de las compañías CHRONOEXPRES y SERVIPACK (Expedientes del Servicio N-248 CORREOS/CHRONOEXPRES y N-262 CHRONOEXPRES/SERVIPACK).



nuevos servicios, principalmente en el ámbito de los servicios logísticos y del transporte urgente, lo que genera un valor añadido complementario a las actividades de transporte.

V.2. Estructura de la oferta

V.2.1. Mercado de los servicios de mensajería y paquetería.

Según el informe elaborado por la consultora DBK sobre Mensajería y Paquetería en España en julio de 2003, el volumen total de negocio generado en el mercado de los servicios de mensajería y paquetería ascendió en 2002 a 4.104 M. de Euros, experimentando un crecimiento del 7,5% respecto al año anterior.

Por segmentos, la actividad de paquetería empresarial generó una facturación de 2.442 M. de Euros, lo que supuso un incremento del 8,1% respecto a 2001, mientras que el negocio de paquetería industrial alcanzó los 1.662 M. de Euros y un crecimiento del 6,7%.

El mercado español de los servicios de mensajería y paquetería, según el informe de DBK, está constituido por un total de 4.000 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.

Se trata de un mercado en el que un grupo reducido de grandes compañías nacionales e internacionales hacen frente a la competencia procedente de un gran número de pequeños y medianos operadores.

Los operadores líderes del mercado español pertenecen a grandes grupos empresariales que tienen una dimensión empresarial y un poder financiero significativo y que participan en redes internacionales de carácter cooperativo.

A continuación se presentan tres cuadros que recogen respectivamente las participaciones de los principales operadores del mercado de los servicios de mensajería y paquetería en general, los relativos a la paquetería empresarial y a la paquetería industrial, según datos extraídos del informe elaborado por DBK ya citado.

ESTRUCTURA DEL MERCADO ESPAÑOL DE MENSAJERÍA Y PAQUETERÍA. 2002		
Operador	Valor (Millones Euros)	Cuota
SEUR	[...]	[10-20%]
MRW	[...]	[0-10%]
CORREOS ¹	[...]	[0-10%]
GUIPUZCOANA	[...]	[0-10%]
AZKAR	[...]	[0-10%]
DHL	[...]	[0-10%]
INTEGRA 2	[...]	[0-10%]
TNT	[...]	[0-10%]
TDN	[...]	[0-10%]
-----	-----	-----
TOTAL MERCADO	4.104	100%

Fuente: Elaboración propia, según datos extraídos del informe "Mensajería y Paquetería" de DBK. Julio 2003

¹Incluye la facturación correspondiente a CHRONOEXPRES y SERVIPACK



ESTRUCTURA DEL MERCADO ESPAÑOL DE LA PAQUETERÍA EMPRESARIAL. 2002		
Operador	Valor (Millones Euros)	Cuota
SEUR	[...]	[10-20%]
MRW	[...]	[10-20%]
CORREOS ¹	[...]	[10-20%]
DHL	[...]	[0-10%]
TNT	[...]	[0-10%]
NACEX	[...]	[0-10%]
HALCOURIER	[...]	[0-10%]
UPS	[...]	[0-10%]
ASM	[...]	[0-10%]
-----	-----	-----
TOTAL MERCADO	2.442	100%

Fuente: Elaboración propia, según datos extraídos del informe "Mensajería y Paquetería" de DBK. Julio 2003

¹Incluye la facturación correspondiente a CHRONOEXPRES y SERVIPACK

ESTRUCTURA DEL MERCADO ESPAÑOL DE LA PAQUETERÍA INDUSTRIAL. 2002		
Operador	Valor (Millones Euros)	Cuota
GUIPUZCOANA	[...]	[10-20%]
AZKAR	[...]	[10-20%]
INTEGRA 2	[...]	[0-10%]
TDN	[...]	[0-10%]
GÓMEZ	[...]	[0-10%]
GEODÍS TEISA	[...]	[0-10%]
OCHOA	[...]	[0-10%]
TRANSCAMER	[...]	[0-10%]
TRANSERRA	[...]	[0-10%]
-----	-----	-----
TOTAL MERCADO	1.662	100%

Fuente: Elaboración propia, según datos extraídos del informe "Mensajería y Paquetería" de DBK. Julio 2003.

V.2.2. Mercado de los servicios de transporte terrestre de mercancías.

La información aportada por el notificante con relación al tamaño del mercado español del transporte de mercancías por carretera procede del informe elaborado por la consultora DBK en diciembre de 2000, que maneja datos relativos al ejercicio de 1999. Según dicha información, la facturación global del sector español del transporte de mercancías por carretera en el año 1999 fue de 1,8 billones de pesetas.

Este mercado se caracteriza por presentar una estructura empresarial muy atomizada, con un número muy importante de operadores, algunos pertenecientes a grandes grupos multinacionales aunque en su mayoría constituyen empresas de mediano y pequeño tamaño. El importante grado de atomización existente en el mercado se refleja en la cuota conjunta detentada por las cinco principales empresas del sector que, según el notificante, no supera el 10,8% del mercado en 2002.



Según las estimaciones realizadas por el notificante, las cuotas de GUIPUZCOANA y de la división de transporte terrestre de DANZAS, S.A. en el mercado del transporte de mercancías por carretera en el año 2002 son respectivamente del [0-10%] y del [0-10%]

Entre los principales competidores de las partes se encuentran el grupo SEUR, cuya cuota alcanza el [0-10%] del mercado, AZKAR, con un [0-10%], GEFCO, con un [0-10%], y TRADISA, con el [0-10%].

V.3. Estructura de la demanda

Tanto la demanda del mercado de los servicios de mensajería y paquetería como del mercado del transporte terrestre de mercancías está principalmente constituida por el sector empresarial e industrial y, en menor medida, por los particulares.

Los clientes del ámbito empresarial e industrial son especialmente sensibles hacia la calidad del servicio, principalmente en lo relacionado con el cumplimiento de los plazos de entrega y la posibilidad de disponer de información completa y precisa sobre la localización de los bienes transportados. Son también elementos esenciales de competencia en el mercado el contar con una amplia cobertura geográfica tanto nacional como internacional, la posibilidad de obtener servicios complementarios de mayor valor añadido así como el precio.

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

V.4. 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.

Otra de las tendencias que adquiere un creciente protagonismo en este mercado es la asociación de los operadores a redes internacionales de distribución, hecho que facilita su actuación en el extranjero permitiendo asimismo reducir los costes de infraestructura de las empresas.

V.5. Fijación de precios y otras condiciones comerciales

El factor precio se mantiene como un elemento importante de competencia en estos mercados, circunstancia que se refleja en la política de descuentos y el establecimiento de tarifas personalizadas por parte de los operadores presentes en el mercado.

No obstante, también resultan 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.



V.6. Competencia potencial - Barreras a la entrada

Los mercados de la mensajería y paquetería y del transporte terrestre de mercancías no presentan barreras significativas de naturaleza administrativa ni tecnológica que impidan o dificultan el acceso de nuevos operadores al mercado.

En cuanto a las barreras de tipo legal, es preciso mencionar que la Ley 24/1998, del Servicio Postal Universal y de Liberalización de los Servicios Postales exige que para la prestación de los servicios liberalizados⁸, se cuente con un título habilitante, que variará en función de la naturaleza del servicio a prestar, siendo preciso, en el caso de los servicios urgentes, contar 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.

En el caso de los servicios de transporte terrestres de mercancías, la Ley 16/1987, de 30 de julio, de Ordenación de los Transportes Terrestre establece asimismo la obligación de contar con una autorización administrativa para la prestación de estos servicios.

En consecuencia, se puede afirmar que la autorización administrativa exigida tanto para la prestación de servicios de mensajería y paquetería como para el transporte terrestre de mercancías no constituye una barrera significativa de entrada al mercado.

La principal dificultad de acceso a estos mercados se deriva de la necesidad de crear una infraestructura en red, elemento imprescindible para actuar. 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 anteriormente 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 se puede afirmar que este factor no constituye una barrera infranqueable de entrada al mercado.

A este respecto es preciso considerar la frecuente entrada de nuevos operadores a los mercados afectados, normalmente pequeñas y medianas empresas que operan a nivel local o provincial.

Adicionalmente conviene mencionar la permeabilidad existente entre las empresas presentes en ambos sectores de actividad, circunstancia que viene facilitada por la creciente tendencia a la diversificación de actividades al objeto de ofrecer una gama más completa de servicios. De este modo, es frecuente que operadores del sector postal tiendan a ofrecer servicios de transporte de mercancías mientras grupos de transporte, ante el potencial de crecimiento del sector de paquetería, deciden ampliar su negocio a este sector.

⁸ La Ley 24/1998 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 a CORREOS, operador al que se le encomienda la prestación de dicho servicio postal universal.



VI. VALORACIÓN DE LA OPERACIÓN

La operación de concentración analizada consistente básicamente en una modificación de la estructura de control de las actividades de mensajería y paquetería empresarial y de transporte de carga del grupo DEUTSCHE POST en España, que pasarán de estar controladas en exclusiva por el grupo alemán a estar controladas conjuntamente con INVESTGI, sociedad que desde 1999 ejerce el control conjunto de GUIPUZCOANA junto con DEUTSCHE POST.

Dicha operación no supondrá una alteración sustancial de la estructura de los mercados españoles de los servicios de mensajería y paquetería y transporte de carga existente con anterioridad, teniendo en cuenta que la única actividad económica de INVESTGI esta relacionada con su participación en GUIPUZCOANA.

En concreto, las actividades de mensajería y paquetería y de transporte de carga del grupo DEUTSCHE POST en España detentan unas participaciones que ascienden al [10-20%] del mercado de la mensajería y paquetería ([0-10%] en relación a la paquetería empresarial y [10-20%] a la paquetería industrial) y al [0-10%] del mercado del transporte terrestre de mercancías.

Los mercados españoles de los servicios de mensajería y paquetería y transporte de carga presentan una estructura competitiva, con la presencia de un gran número de operadores que disponen de capacidad suficiente para competir eficazmente en el mercado y ausencia de barreras de entrada significativas.

Teniendo en cuenta las consideraciones expuestas, no cabe esperar que la operación suponga una amenaza para la competencia efectiva en los mercados españoles analizados.

VII. 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 autorizada conforme al apartado 2 del mencionado artículo.