



INFORME DEL SERVICIO DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

N-04033

GEOPOST / SEUR / SEUR MADRID

Con fecha 4 de mayo de 2004, 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 SERVICIO E INFORMACIÓN URGENTE DE TRANSPORTE, S.A. ("SEUR MADRID") por parte de GEOPOST, S.A. y SEUR, S.A..

La notificación ha sido realizada conjuntamente por las sociedades adquirentes, 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".

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 y Hacienda resuelva remitir el expediente al Tribunal de Defensa de la Competencia, se levante la suspensión de la ejecución de la operación.

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 mayo de 2004 información de carácter necesario para la resolución del expediente. La información requerida fue cumplimentada con fecha 17 de mayo de 2004.

Según lo anterior, la fecha límite para remitir el expediente al Tribunal de Defensa de la Competencia es el **7 de junio de 2004**, inclusive. Transcurrida dicha fecha, la operación notificada se considerará tácitamente autorizada.

I. ANTECEDENTES

El proceso de venta del 100% del capital social de SEUR MADRID se inició en noviembre de 2003, cuando sus accionistas decidieron organizar un procedimiento de concurso, que fue



adjudicado, el pasado 1 de abril de 2004, al consorcio formado por dos grupos inversores JP MORGAN y BRIDGEPOINT¹.

No obstante, la adjudicación del concurso quedó sujeta al ejercicio del derecho de adquisición preferente que ostenta SEUR, S.A. en virtud del contrato de franquicia suscrito el 1 de marzo de 2003 entre SEUR MADRID y SEUR, S.A.

El Consejo de Administración de SEUR decidió, en su reunión de 27 de abril de 2004, ejercer su derecho de adquisición preferente del 100% del capital social de SEUR MADRID y, una vez adquirido, la venta a GEOPOST, S.A. del 60% de las acciones.

II. NATURALEZA DE LA OPERACIÓN

La operación de concentración notificada consiste en la toma de control conjunto de SEUR MADRID, a través de SEUR FRIO, S.L., por parte de GEOPOST, S.A. y SEUR, S.A.

La operación, según el Acuerdo de Inversión suscrito entre las partes el 4 de mayo de 2003, se llevará a cabo en dos fases:

1. En primer lugar, SEUR, S.A. adquirirá a través de SEUR FRIO, S.L. el 100% de las acciones de SEUR MADRID en ejecución del derecho de adquisición preferente de que dispone, [...] ²
2. A continuación, GEOPOST, S.A. adquirirá el 60% de las acciones de SEUR FRIO, S.L., así como el control conjunto de esa entidad e, indirectamente, de SEUR MADRID junto con SEUR, S.A., de acuerdo con los términos establecidos en un Acuerdo de Accionistas que se firmará en la fecha de esta adquisición.

El Acuerdo entre Accionistas de SEUR FRIO, S.L. fija las bases del control conjunto sobre esta empresa y, por tanto, sobre SEUR MADRID, al requerir mayorías reforzadas para la adopción de determinadas decisiones estratégicas de la empresa, entre las que se incluyen la aprobación del presupuesto anual y el plan de negocio, lo que en la práctica supone el ejercicio conjunto del control por parte de GEOPOST, S.A. y SEUR, S.A.

El Acuerdo de Inversión prevé asimismo otros compromisos, como la entrada de GEOPOST en el capital de SEUR, S.A. (mediante la compra de una parte de las acciones que SEUR MADRID tiene en SEUR, S.A.), así como la transmisión a GEOPOST de una participación igual o superior al 40% del capital social de SEUR INTERNACIONAL EXPRESS, S.A. [...] ³.

En cuanto a la entrada de GEOPOST en el capital de SEUR, S.A., cabe señalar lo siguiente:

- El Acuerdo de Inversión prevé la venta de SEUR MADRID a GEOPOST de una participación inicial del [...] del capital social de SEUR, S.A. En lo que respecta a la participación restante que SEUR MADRID tiene en SEUR, S.A. ([...]), el acuerdo prevé que los accionistas actuales de SEUR, S.A. tendrán prioridad en su adquisición, pudiendo ser adquiridas finalmente por

¹ Operación de dimensión comunitaria COMP/M. 3443 JP MORGAN/ BRIDGEPOINT/SIUTSA que ha sido declarada compatible con el mercado común por Decisión de la Comisión Europea de fecha 18 de mayo de 2004.

² Se indican entre corchetes aquellas partes del informe cuyo contenido exacto se ha declarado confidencial.

³ [...] GEOPOST adquirirá un 40% del capital de SEUR INTERNACIONAL EXPRESS, S.A. y, en base a los términos establecidos en dicho acuerdo de intenciones, el control conjunto sobre dicha empresa.



GEOPOST en el caso de que los accionistas actuales de SEUR, S.A. no ejerzan ese derecho. Por ello, GEOPOST podrá detentar una participación máxima del 21,0627%.

- Esta participación que GEOPOST adquirirá en el capital de SEUR, S.A. no le otorgará un control ni exclusivo ni conjunto en dicha compañía, como anteriormente tampoco se lo otorgaba a SEUR MADRID⁴. Según los notificantes, los estatutos de SEUR, S.A. no prevén mayoría reforzada alguna en la Junta General de Accionistas para la aprobación de las decisiones estratégicas que confieren el control desde el punto de la normativa española y comunitaria de defensa de la Competencia⁵. Tampoco existe acuerdo de accionistas alguno ni pacto de sindicación de voto entre accionistas que dé como resultado el ejercicio de control por parte de alguno/os de ellos.
- No existen elementos que pudieran determinar la existencia de control *de facto* a nivel de Junta General de Accionistas de SEUR, S.A.. Tal extremo se desprende, por ejemplo, del hecho de que en la Junta General de Accionistas celebrada el 14 de mayo de 2004, convocada para la ratificación de la Decisión adoptada por el Consejo de Administración de SEUR, S.A., se acordó que SEUR, S.A. ejerciese su derecho de adquisición preferente del 100% del capital de SEUR MADRID en contra del sentido del voto de SEUR MADRID⁶.
- Tampoco existen, a la luz de la información suministrada, circunstancias de hecho que puedan otorgar a ninguno de los accionistas de SEUR con presencia en el Consejo de Administración de la compañía un control de facto sobre ella. En concreto, ningún accionista de SEUR, S.A. puede vetar decisiones en el seno del Consejo de Administración relativas a la aprobación del plan de negocio y el presupuesto, el nombramiento del personal directivo y la aprobación de inversiones.

Las consideraciones relativas a la ausencia de control exclusivo o conjunto por parte de GEOPOST sobre SEUR, S.A., se realizan sin perjuicio de cualquier modificación de los estatutos de SEUR, S.A., o cualquier otra circunstancia sobrevenida con posterioridad a la presente operación, que pudiera dar lugar a un cambio estable en la estructura de control de SEUR, S.A.

Por último, se debe señalar que el Acuerdo de Inversión establece como condición suspensiva para el perfeccionamiento de la operación la obtención de la correspondiente autorización por parte de las autoridades de competencia españolas. Adicionalmente, según indican los notificantes, la fecha límite para que SEUR pueda hacer efectivo el derecho de adquisición preferente de las acciones de SEUR MADRID expira el 15 de junio de 2004, por lo que han solicitado el levantamiento de la suspensión de la ejecución de la operación, de acuerdo con lo previsto en el artículo 15.2 de la Ley 16/1989, de Defensa de la Competencia.

⁴ Los notificantes señalan a este respecto: “esta situación permanecerá inalterada tras la adquisición por parte de GEOPOST de la participación accionarial que finalmente acuerden las partes en SEUR, S.A. (y que nunca podrá exceder el 21,0627% que posee SEUR MADRID en la actualidad), y, por tanto, GEOPOST no adquirirá control de ningún tipo en SEUR, S.A. con independencia de la participación que finalmente adquiera en esta compañía de acuerdo con los términos previstos en la cláusula 3 del Acuerdo de Inversión”.

⁵ Entre otras, las decisiones relativas a la aprobación del plan de negocio, el presupuesto, el nombramiento del personal directivo y la aprobación de inversiones

⁶ [...].



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

De acuerdo con la notificante, la operación no entra en el ámbito de aplicación del Reglamento (CE) nº 139/2004, del Consejo, sobre el control de las concentraciones entre empresas, puesto que no se alcanzan los umbrales previstos en los apartados 2 y 3 de su artículo 1. Por tanto, la concentración 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 Adquirentes

- **GEOPOST, S.A.**

Sociedad de nacionalidad francesa integrada en el grupo público francés LA POSTE.

La actividad de LA POSTE se centra en la provisión de servicios postales en Francia, siendo el operador designado para la prestación del servicio postal universal en ese país. Adicionalmente, el grupo LA POSTE ofrece servicios de mensajería y paquetería urgente de carácter doméstico e internacional por vía aérea, así como logística, estando asimismo presente en el sector de los servicios financieros

GEOPOST constituye la sociedad holding de todas las filiales del grupo LA POSTE activas en el sector de paquetería. Entre sus principales filiales se encuentran CHRONOPOST INTERNATIONAL, TAT EXPRESS, TAXICOLIS, DPD, COLIPOSTE, PARCELINE e INTERLINK EXPRESS, dedicadas a la prestación de servicios urgentes de envío de documentos y paquetes en diversos países de la Unión Europea y Estados Unidos.

Adicionalmente, es preciso mencionar que el grupo LA POSTE ha constituido una red internacional de servicios urgentes que está presente en los siguientes segmentos:

- transporte internacional urgente por vía aérea de documentos y paquetes, a través de las distintas filiales de CHRONOPOST presentes en varios países europeos, Canadá y Estados Unidos;
- transporte urgente de paquetería por carretera en Europa, a través de la red de franquicias de DPD;
- paquetería industrial combinando transporte terrestre y aéreo, por medio de TAT EXPRESS y su red de filiales y corresponsales presentes en toda Europa.

Asimismo el grupo LA POSTE ha suscrito diversos acuerdos de colaboración internacional con otros correos o agentes, además del [...], como es el caso del firmado con la compañía estadounidense FEDERAL EXPRESS, Inc. (FEDEX), según el cual los clientes del grupo francés 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. En cuanto al acuerdo de cooperación



suscrito en su día con el operador español CORREOS Y TELÉGRAFOS, S.A.⁷, los notificantes han indicado [...].

En España, el grupo LA POSTE no desarrolla actualmente actividad alguna en estos mercados⁸. La única empresa del grupo francés que se encuentra activa en España es SERES ESPAÑA, S.A., que presta servicios de intercambio de información electrónica (E.D.I.).

La facturación del grupo LA POSTE en los tres últimos ejercicios económicos, conforme a los criterios previstos en el artículo 3 del Real Decreto 1443/2001, ha sido la siguiente:

VOLUMEN DE VENTAS DEL GRUPO LA POSTE (Millones de Euros)			
	2001	2002	2003
Mundial	17.030	17.320	18.000
Unión Europea	[>250]	[>250]	[>250]
España	[<60]	[<60]	[<60]

Fuente: Notificante

- **SEUR, S.A.**

Sociedad de nacionalidad española constituida en 1984 por el conjunto de franquiciados que integran el Grupo SEUR para ser el vehículo que permitiera garantizar un funcionamiento eficiente del sistema.

Los propios franquiciados del sistema SEUR son los accionistas de SEUR, S.A.⁹, sin que ninguno de ellos ejerza, ni individual ni conjuntamente, el control sobre la compañía, al no existir acuerdo de accionistas o pacto estatutario alguno que permita a alguno/s de los franquiciados ejercer una influencia decisiva en las decisiones estratégicas de SEUR, S.A.

Por otro lado, SEUR, S.A. como titular de los signos representativos¹⁰ de la red es el franquiciador del sistema SEUR, es decir, la compañía con la que los 81 accionistas han suscrito un contrato de franquicia, por el que prestan servicios nacionales e internacionales de transporte de mercancías de la red SEUR en las áreas geográficas que tienen atribuidas en exclusiva.

Por tanto, el denominado Grupo SEUR está constituido por el conjunto de personas jurídicas que, organizadas en torno a un contrato de franquicia, se dedican a comercializar los signos representativos SEUR para la actividad de transporte de mercancías.

Este conjunto de franquiciados no constituye un grupo de empresas propiamente dicho, dado que no existe una relación de control matriz/filial¹¹ entre las empresas independientes que lo conforman, más allá del contrato de franquicia¹².

⁷ El Acuerdo Estratégico para el Desarrollo de la Paquetería Exprés en España, suscrito entre ambos grupos en junio de 2001, [...].

⁸ GEOPOST vendió la totalidad de su participación en la compañía española CHRONOEXPRÉS al grupo CORREOS, [...].

⁹ El principal accionista de SEUR, S.A. es SEUR MADRID que detenta aproximadamente el 21,06% del capital, [...].

¹⁰ Según el contrato de franquicia los signos representativos están integrados por toda clase de derechos de propiedad industrial e intelectual del grupo.

¹¹ [...].

Por todo lo anterior, resulta más apropiado referirse a dicho “Grupo” como Red SEUR.

Las actividades de la Red SEUR se centran en la prestación de servicios de envío nacional e internacional urgente de documentos y paquetes, ofreciendo, asimismo, aunque de forma mucho más reducida, servicios logísticos¹³. A nivel internacional, además del acuerdo de cooperación suscrito con [...].

Las actividades específicas de SEUR, S.A. se centran en la prestación de una serie de servicios a los distintos franquiciados de la Red SEUR, tales como servicios de marketing corporativo (desarrollo de nuevos productos o servicios, nuevos canales de venta), servicios de tráfico y rutas, centralización de inversiones comunes, así como el control de la red de información. Asimismo, actúa como caja de liquidación de los ingresos y gastos generados entre los franquiciados del sistema SEUR, recibiendo una serie de royalties y cánones de los franquiciados por el uso de la franquicia.

SEUR, S.A. tiene diversas filiales, entre las que se encuentran SEUR INTERNACIONAL EXPRESS, S.A., que se encarga de los envíos con origen o destino fuera de España, Portugal, Andorra y Gibraltar, [...], así como las compañías SEUR INTEGRACIÓN LOGÍSTICA 2000, LOGÍSTICA 24, SEUR PHARMA e INTEGRACIÓN LOGÍSTICA VALENCIA, que prestan servicios logísticos.

El volumen de ventas de SEUR, S.A. en los tres últimos ejercicios económicos ha sido el siguiente:

VOLUMEN DE VENTAS DE SEUR, S.A (Millones de Euros)			
	2001	2002	2003
Mundial	123,0	135,6	163,3
Unión Europea	[<250]	[<250]	[<250]
España	[>60]	[>60]	[>60]

Fuente: Notificante.

IV.2 Adquirida

- **SEUR MADRID**

Empresa de nacionalidad española, miembro del Grupo SEUR, y cuyo capital social se encuentra en un 95% en manos de varios miembros de la familia Yúfera, fundadora del Grupo SEUR.

Su actividad se centra en la explotación del contrato de franquicia firmado con SEUR, S.A. en el territorio de la Comunidad de Madrid, donde presta servicios de distribución urgente de paquetería.

¹² Tampoco el contrato de franquicia firmado entre SEUR, S.A. y los franquiciados otorga al franquiciador la posibilidad de ejercer un control “de facto” sobre sus franquiciados, a los que reconoce la condición de empresarios independientes.

¹³ Según los notificantes, las únicas actividades de la Red SEUR en el mercado del transporte terrestre de mercancías son realizadas por SEUR ESPAÑA OPERACIONES, S.A., filial al 100% de SEUR, S.A., que presta servicios de transporte de carga fraccionada exclusivamente a los distintos franquiciados del sistema SEUR. [...].



Para el desarrollo de su actividad, SEUR MADRID dispone de una estructura de negocio autónoma y la infraestructura necesaria que incluye 2 plataformas de distribución (Vallecas y Getafe), una flota de 450 vehículos y más de 850 trabajadores. Asimismo, cuenta con una red de agencias propia (con 23 oficinas y 4 puntos concertados de venta) y con un servicio urbano de distribución de paquetes que opera bajo el nombre de Menexpress.

El volumen de ventas de SEUR MADRID, en los tres últimos ejercicios económicos, conforme a los criterios previstos en el artículo 3 del Real Decreto 1443/2001, ha sido el siguiente:

VOLUMEN DE VENTAS DE SEUR MADRID (Millones de Euros)			
	2001	2002	2003
Mundial	82,5	104,4	115
Unión Europea	[<250]	[<250]	[<250]
España	[>60]	[>60]	[>60]

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 de documentos y paquetes.

Frente a 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 postales¹⁴, las autoridades españolas de defensa de la competencia han considerado¹⁵ que los factores dinámicos y estructurales que afectan a dicho sector hacen cada vez más difícil de mantener las segmentaciones más estrechas planteadas, 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 ellos. No en vano, la competencia existente en el sector obliga a los operadores a ofrecer una gama cada vez más amplia de servicios basados en plazos de tiempo 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 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.

¹⁴ 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.

¹⁵ Informe del TDC de 18 de marzo de 2002 en el asunto C62/02 LOGISTA/ BURGAL y los posteriores informes del SDC en los casos N-248 CORREOS/ CHRONOEXPRES, N-262 CHRONOEXPRES/ SERVIPACK y N-03064 INVESTGI/ DEUTSCHE POST/ DHL/ DANZAS.



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:

- 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, por su parte, 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 el planeamiento, gestión 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.

En el caso que nos ocupa, las actividades de la Red SEUR se centran en la prestación de servicios de mensajería y paquetería urgente nacional e internacional, actividades que se integran en el ámbito de la paquetería empresarial, ofreciendo, asimismo, servicios logísticos. Por su parte, SEUR MADRID únicamente presta servicios incluidos en la paquetería empresarial. En cuanto al grupo LA POSTE, no opera directamente en este sector a nivel nacional.

Dada la presencia testimonial que la Red SEUR tiene en relación al conjunto del mercado español de servicios logísticos ([0-5%] en el año 2003, según información aportada por los notificantes que se basa en datos de la consultora DBK, el análisis de la presente operación se centrará en el mercado de los servicios de mensajería y paquetería y, en particular, de la paquetería empresarial.

V.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 este mercado tiene carácter nacional.

Tal consideración se basa, entre otros, en los siguientes factores: a) la percepción de los clientes de tratarse de un servicio local, 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 unos países a otros.

No obstante, es preciso reconocer una tendencia hacia la internacionalización de este mercado 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 empresas que actúan a nivel global, a cuyas necesidades se intentan adaptar los distintos operadores del mercado al establecer redes internacionales de distribución.

VI. ANÁLISIS DEL MERCADO

VI.1. Características y evolución

Como ya se ha apuntado, el mercado de los servicios de mensajería y paquetería se caracteriza por su dinamismo y está actualmente inmerso en un proceso de profundas transformaciones.

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 CORREOS.

Por otro lado, este mercado se encuentra en fase de crecimiento debido, entre otras razones, a las nuevas oportunidades de negocio que se derivan de la creciente incorporación de nuevos servicios, principalmente en el ámbito de la logística y del transporte urgente, lo que genera un valor añadido complementario a las actividades de transporte.

VI.2. Estructura de la oferta

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. Tal es el caso de CORREOS, MRW, GUIPUZCOANA y DHL (Grupo DEUTSCHE POST), AZKAR o TNT.

A la hora de determinar la participación que las empresas que intervienen en la operación detentan en el mercado de los servicios de mensajería y paquetería y en el segmento de la paquetería empresarial, los notificantes consideran que dado que SEUR, S.A. no ejerce control sobre los franquiciados del sistema SEUR, la cuota de mercado de esa empresa solamente debería incluir la correspondiente a aquella compañía sobre la que ostenta el control en exclusiva, es decir, OSVALMA, S.A., que es el franquiciado de SEUR en el área de Granollers.

El SDC discrepa de los notificantes en este punto, ya que aunque SEUR, S.A. no ejerza control sobre los franquiciados del sistema, la Red SEUR constituye un sistema unitario integrado por el conjunto de personas jurídicas que, organizadas en torno a un contrato de franquicia¹⁶, se dedican a comercializar los signos representativos de la Red SEUR para la actividad de transporte urgente de mercancías, por lo que resulta apropiado atribuir una cuota conjunta para toda la Red SEUR.

Así, la Comunicación de la Comisión, de 13 de octubre de 2000, por la que se establecen las Directrices relativas a las restricciones verticales (DOCE 2000 C 29/1 de 13 de octubre)¹⁷, indica en relación al cálculo de cuota de mercado en el marco del Reglamento (CE) nº 2790/1999 de la Comisión, que en caso de que un franquiciador preste un conjunto de servicios combinados con disposiciones sobre derechos de propiedad intelectual, que juntos constituyan el método comercial objeto de la franquicia, se ha de tener en cuenta su cuota de mercado como prestador de un método comercial.

A tal efecto, el franquiciador ha de calcular su cuota en el mercado en que los franquiciados explotan el método comercial para prestar bienes o servicios a los usuarios finales. La cuota del franquiciador procederá, por tanto, del valor de los bienes o servicios prestados por sus franquiciados en ese mercado.

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 general¹⁸, y los relativos a la paquetería empresarial, según datos extraídos del informe elaborado por DBK ya citado. A título informativo, se recogen entre paréntesis los datos relativos a SEUR MADRID, según información aportada por los notificantes.

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

¹⁶ [...].

¹⁷ Dichas directrices establecen los principios para evaluar los acuerdos verticales y prácticas concertadas con arreglo al artículo 81 del Tratado CE, según lo establecido en el Reglamento (CE) nº 2790/1999 de la Comisión, de 22 de diciembre, relativo a la aplicación del apartado 3 del artículo 81 del Tratado CE a determinadas categorías de acuerdos verticales y prácticas concertadas.

¹⁸ Incluye la facturación de los servicios nacionales e internacionales.

ESTRUCTURA DEL MERCADO ESPAÑOL DE MENSAJERÍA Y PAQUETERÍA 2002		
Operador	Valor (Millones Euros)	Cuota
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

¹ Según información aportada por los notificantes

² Incluye la facturación correspondiente a CHRONOEXPRÉS y SERVIPACK

ESTRUCTURA DEL MERCADO ESPAÑOL DE LA PAQUETERÍA EMPRESARIAL 2002		
Operador	Valor (Millones Euros)	Cuota
Red SEUR (SEUR MADRID)	[...] ([...]) ¹	[10-20%] ([0-10%]) ¹
MRW	[...]	[10-20%]
CORREOS ²	[...]	[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.

¹ Según información aportada por los notificantes

² Incluye la facturación correspondiente a CHRONOEXPRÉS y SERVIPACK

VI.3. Estructura de la demanda

La demanda del mercado de los servicios de mensajería y paquetería 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 a 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 la 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.

En todos los casos, la demanda es consciente de que puede cambiar de operador cuando lo desee, no existiendo fidelidad a ningún operador en concreto.



VI.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.

VI.5. Fijación de precios y otras condiciones comerciales

El factor precio se mantiene como un elemento importante de competencia en este mercado, circunstancia que se refleja en la política de descuentos y en 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.

VI.6. Competencia potencial - Barreras a la entrada

El mercado de la mensajería y paquetería no presenta barreras significativas de naturaleza administrativa ni tecnológica que impidan o dificulten 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 liberalizados¹⁹ 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 consecuencia, se puede afirmar que la autorización administrativa exigida para la prestación de servicios de mensajería y paquetería no constituye una barrera significativa de entrada al mercado.

La principal dificultad de acceso a este mercado se deriva de la necesidad de crear una infraestructura en red, elemento imprescindible para actuar. En concreto, los principales costes de

¹⁹ 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.



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 de los operadores 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, por lo 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 potencialmente afectados, normalmente pequeñas y medianas empresas que operan a nivel local o provincial.

En cuanto a las empresas que recientemente han accedido al mercado, el notificante indica, entre otros, los casos de BPACK, constituida recientemente por antiguos integrantes de MRW y NACEX y que actualmente cuenta con 120 oficinas asociadas, y 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 al comercio electrónico, y que en la actualidad se encuentra presente en todo el territorio nacional.

Adicionalmente conviene mencionar la permeabilidad existente entre las empresas que operan en otros 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 que los grupos de transporte, ante el potencial de crecimiento del sector de paquetería, deciden ampliar su negocio a este sector.

VII. VALORACIÓN DE LA OPERACIÓN

La operación de concentración notificada consiste en un cambio en la estructura de control de SEUR MADRID que pasará de manos de la familia Yúfera a estar controlada conjuntamente por todos los franquiciados de la red SEUR y por el grupo francés LA POSTE. Asimismo, SEUR INTERNACIONAL EXPRESS pasará, previsiblemente, del control exclusivo de SEUR, S.A. a un control conjunto con La Poste.

Dos son los principales efectos de la operación. Por una parte, se reestructura la red SEUR, que pasa a controlar conjuntamente su franquiciado en Madrid y consolida además su alianza con un grupo importante en el ámbito internacional. Con ello, se refuerza el primer operador de estos mercados en España, si bien sus cuotas rondan el [10-20%] en mensajería y paquetería y el [10-20%] en el mercado de paquetería empresarial. En estos mercados operan otros grupos con cuotas muy próximas que cuentan con alianzas internacionales y presencia en todo el abanico de servicios del ámbito de la distribución de documentos y paquetes, así como un conjunto de pequeños operadores de ámbito más limitado.

Por otra parte, la concentración implica la reentrada de LA POSTE en los mercados españoles de los servicios de mensajería y paquetería y de servicios logísticos mediante el control conjunto de SEUR MADRID y, en una perspectiva más estratégica, la adquisición de una participación significativa en SEUR, S.A., el franquiciador del sistema y vehículo por el que los distintos franquiciados participan en la Red SEUR.



No obstante, es preciso indicar que, a la luz de la información aportada al expediente, la participación de GEOPOST en SEUR, S.A. no le confiere la posibilidad de ejercer control ni exclusivo ni conjunto en dicha compañía.

Adicionalmente, se debe indicar que el grupo LA POSTE no desarrolla actualmente actividad alguna en los mercados relevantes. GEOPOST vendió la totalidad de su participación en la compañía española CHRONOEXPRES al grupo CORREOS, [...]. En cuanto al acuerdo de cooperación suscrito en su día con el operador español CORREOS Y TELÉGRAFOS, S.A.²⁰, los notificantes han indicado [...].

No obstante, es preciso considerar el carácter de empresa pública que tiene LA POSTE, lo que le otorga una serie de ventajas legales y económicas en atención a su actuación en los mercados relacionados con el servicio postal universal en Francia. En este punto, es preciso mencionar que los notificantes señalan que “el grupo LA POSTE elabora sus cuentas anuales de acuerdo con el modelo de contabilidad analítica previsto en el artículo 14(2) de la Directiva CE97/67”²¹. En consecuencia, según han confirmado los notificantes, el grupo francés lleva contabilidades separadas para cada uno de los servicios postales reservados y no reservados.

Por todo lo anterior, la operación no parece que vaya a suponer una alteración sustancial de la estructura de los mercados españoles de servicios de mensajería y paquetería y, en particular, del de paquetería empresarial, que se caracterizan por ser competitivos, con la presencia de un gran número de operadores que disponen de capacidad suficiente para competir eficazmente en el mercado y por la 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.

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 autorizada conforme al apartado 2 del mencionado artículo.

²⁰ El Acuerdo Estratégico para el Desarrollo de la Paquetería Exprés en España, suscrito entre ambos grupos en junio de 2001, [...].

²¹ La Directiva 97/67/CE relativa a las normas comunes para el desarrollo del Mercado interior de servicios postales establece en su artículo 14 la obligación que los proveedores del servicio universal tienen de llevar contabilidades separadas, como mínimo, para cada servicio correspondiente al sector reservado, por un lado, y para los servicios no reservados, por otro.