

Tribunal de Defensa de la Competencia

I N F O R M E

EXPEDIENTE DE CONCENTRACIÓN ECONÓMICA **C69/02 LOGISTA BURGAL**

NOTIFICANTE:

COMPAÑÍA DE DISTRIBUCIÓN INTEGRAL LOGISTA S.A.

OBJETO:

**ADQUISICIÓN POR LOGISTA S.A. DEL GRUPO BURGAL (NACEX,
INTEGRA2 y OPELOG)**

INDICE

1	ANTECEDENTES	3
1.1	Notificación al Servicio	3
1.2	Recepción del expediente y actuaciones del Tribunal.....	3
1.3	Alegaciones del notificante	6
2	EMPRESAS AFECTADAS POR LA OPERACIÓN.....	9
2.1	Sociedad Adquirente: Compañía de Distribución Integral LOGISTA S.A. 9	
2.2	Sociedad Adquirida: Grupo BURGAL.....	14
2.3	Otras sociedades afectadas: ALTADIS	19
3	DESCRIPCIÓN DE LA OPERACIÓN	23
3.1	Naturaleza de la operación	23
3.2	Aplicación de la Ley 16/1.989, de Defensa de la Competencia	24
3.3	Partes afectadas	24
3.4	Cláusulas y restricciones adicionales de la operación	25
4	EL SECTOR DE LA LOGÍSTICA	26
4.1	Marco Legal	26
4.1.1	La Ley de Ordenación de los Transportes Terrestres.....	26
4.1.2	Ley del Servicio Postal Universal y Liberalización de los Servicios Postales	28
4.1.3	Algunos problemas del marco jurídico español	29
4.2	Estructura del sector en Europa. Tendencias mundiales	30
4.3	Estructura del sector en España.....	33
4.3.1	Consideraciones previas	33
4.3.2	Características generales.....	33
4.3.3	Operadores Logísticos	35
4.3.4	Paquetería y Mensajería	36
4.3.5	El sector de transporte de mercancías por carretera.....	39
5	EL MERCADO DE REFERENCIA	41
5.1	El mercado del producto de referencia	41
5.2	El mercado geográfico de referencia	43
6	EFFECTOS DE LA CONCENTRACIÓN SOBRE LA COMPETENCIA	44
6.1	Barreras de Entrada.....	44
6.1.1	Mantenimiento de privilegios legales	44
6.1.2	Incertidumbre sobre la evolución del marco regulador	47
6.1.3	La Teoría de los Mercados Impugnables	47
6.2	Elementos que podrían contrarrestar los efectos negativos sobre la competencia	49
6.2.1	Dinamismo y expansión del sector logístico	49
6.2.2	Capacidad financiera de los rivales potenciales de LOGISTA.....	49
7	CONCLUSIONES	50
	DICTAMEN.....	53

1 ANTECEDENTES

1.1 Notificación al Servicio

Con fecha 14 de diciembre de 2.001, tuvo entrada en el Servicio de Defensa de la Competencia (en adelante, SDC) la notificación relativa a la operación de concentración económica consistente en la adquisición del Grupo BURGAL por parte de la Compañía de Distribución Integral LOGISTA S.A. (en adelante, LOGISTA). La operación consiste en la adquisición de las tres unidades de negocio del Grupo BURGAL (INTEGRA2, NACEX y OPELOG), por LOGISTA, mediante la compra del 100% del capital social de sus compañías cabecera.

Dicha notificación fue realizada voluntariamente por la empresa adquirente, según lo establecido en el artículo 15.1 de la Ley 16/1989, de 17 de julio, de Defensa de la Competencia (en adelante, LDC) modificada por el artículo 10, Capítulo VIII del Real Decreto-Ley 6/1999 de 16 de abril, sobre Medidas Urgentes de Liberalización e incremento de la competencia que entró en vigor el 19 de abril de 1.999.

El SDC requirió del notificante la aportación de información complementaria con fecha 9 de enero de 2.002, de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 5 del Real Decreto 1080/1.992. La documentación solicitada fue presentada el 15 de enero de 2.002.

El notificante solicitó en dicho escrito el levantamiento de la suspensión de la ejecución de la operación, en el supuesto de acordarse su remisión al Tribunal de Defensa de la Competencia (en adelante, TDC), de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 15.2 de la LDC.

1.2 Recepción del expediente y actuaciones del Tribunal

El día 21 de enero de 2.002 tuvo entrada en el TDC el expediente referenciado por el SDC como N-207 LOGISTA/ BURGAL, remitido por el Excmo. Sr. Vicepresidente Segundo del Gobierno y Ministro de Economía, basándose en el artículo 15.4 de la LDC, por considerar que la operación notificada voluntariamente puede obstaculizar el mantenimiento de la competencia efectiva en el mercado. De conformidad con el artículo 15.2 de la mencionada Ley, el Ministro de Economía acordó el levantamiento de la suspensión de la ejecución de dicha operación de concentración, atendiendo así la solicitud presentada por el notificante en su escrito de 15 de enero de 2002, dirigido al SDC. En dicho

escrito, se alegaba como fundamento de la solicitud de levantamiento de la citada suspensión el hecho de que el negocio objeto de adquisición fuese de carácter familiar y que los potenciales vendedores fuesen personas físicas que, ante una eventual extensión del plazo para el procedimiento de control de concentraciones al que está sometida la operación, podrían optar por no llevar a cabo la misma o buscar un nuevo comprador.

El plazo de que dispone el TDC para emitir el oportuno dictamen es de dos meses, por lo que finaliza el día 21 de marzo de 2.002.

Según lo establecido en el artículo 12.1.a del Real Decreto 1080/1.992, el Presidente del TDC procedió a nombrar la Comisión pertinente para elaborar el informe que ha de servir de base al dictamen del TDC. Dicha Comisión estará formada por el Vocal D. José Juan Franch Menéu, asistido por la Asesora del Presidente, Dña. María Naranjo Crespo, en calidad de Secretaria de la Comisión. El expediente fue referenciado como C 69/02 LOGISTA/ BURGAL.

Tras el análisis de la información contenida en el expediente, la Comisión elaboró una Nota Sucinta sobre los extremos fundamentales de la operación, la cual tras ser puesta en conocimiento del notificante y de la empresa adquirida y manifestada su conformidad con el contenido, fue remitida a una muestra representativa de empresas, asociaciones, departamentos ministeriales y organismos que la Comisión consideró podrían resultar afectados, para que, si lo estimasen oportuno, expusieran de manera motivada su criterio acerca de los efectos de la operación sobre la competencia efectiva en el mercado.

La Comisión solicitó la comparecencia de los siguientes organismos y empresas: Comisionado de Labores de Tabaco; la Subdirección General de Ordenación Postal, del Ministerio de Fomento; Fábrica Nacional de Moneda y Timbre y la Compañía de Tabacos del Mediterráneo S.A. (COMET).

El Comisionado de Tabaco y la Subdirección General de Ordenación Postal ilustraron a la Comisión encargada del expediente en aquellos aspectos relativos a la normativa vigente en los sectores logístico y de labores de tabaco y en la evolución del proceso de liberalización que se está llevando a cabo en los mismos.

La Fábrica Nacional de Moneda y Timbre explicó a la Comisión las relaciones contractuales que unen a esta entidad con la empresa adquirente, LOGISTA, y el impacto de la liberalización de los servicios postales sobre los distintos agentes, públicos y privados que actúan en este mercado.

La Compañía de Tabacos del Mediterráneo S.A. expuso al TDC su experiencia como operadores en el mercado liberalizado de la distribución de labores de tabaco y el posible impacto que la concentración podría tener sobre el sector.

En cuanto a las empresas, asociaciones y demás organismos notificados, se presentaron las siguientes alegaciones:

- McLANE España manifestó su preocupación sobre los efectos que los nuevos negocios complementarios en los que actúa el Grupo BURGAL, tendrán sobre LOGISTA. McLANE argumenta que LOGISTA puede llevar a cabo este proceso de diversificación gracias a los 100.000 millones de pesetas¹ que LOGISTA genera en el negocio de la distribución de tabaco. Es precisamente en esta área donde los competidores de LOGISTA encuentran grandes trabas administrativas y legales para competir en el negocio de distribución de las labores de tabaco. McLANE considera que la creciente diversificación que LOGISTA está llevando a cabo no sería objetable en un contexto de liberalización en el área de la distribución de las labores de tabaco. En su opinión se está produciendo un proceso de competencia asimétrica, que no permite que el resto de operadores actúe en condiciones de igualdad frente a LOGISTA.
- REDUR LOZANO S.A. presentó las siguientes alegaciones:
 - En primer lugar, puso de manifiesto la progresiva concentración en el sector de paquetería, mensajería y logística que se está produciendo en España y en la Unión Europea. El proceso se está produciendo a través de adquisiciones estratégicas, en lugar de a través de la ampliación de redes propias.
 - La adquisición de BURGAL por LOGISTA supone la retirada del mercado de uno de los operadores de conducta comercial y de inversiones más agresiva. El grupo BURGAL ha realizado en los últimos años inversiones para la modernización de sus infraestructuras, desembolsando más de 24 millones de Euros. BURGAL es un operador muy competitivo y en expansión, por lo que podría plantear a medio plazo una seria competencia a LOGISTA en este mercado.
 - La concentración incrementa de forma sensible el poder de mercado de LOGISTA. Con la operación se refuerza su posición de dominio mediante un aumento de medios operativos y

¹ Fuente: Diarios Cinco Días y Expansión (3.12.2001)

conocimientos técnicos, así como sinergias en costes en los diversos eslabones de la cadena de valor de la actividad logística.

- La concentración obstaculiza el mantenimiento de una competencia efectiva en el mercado. En opinión de REDUR, si la operación se lleva a cabo, LOGISTA contará con la oferta más completa de servicios logísticos en el mercado español abarcando toda la cadena de valor logística
- SPAIN-TIR: en opinión de esta empresa, aunque el grupo resultante de la operación de concentración, no alterará la actual composición de cada uno de los sectores en los que opera el Grupo BURGAL, hay que destacar que su capacidad financiera aumentará de modo considerable.

1.3 Alegaciones del notificante

El notificante afirma que la operación no afectará significativamente la situación de los mercados relevantes que son, en su opinión, los de la paquetería industrial, paquetería empresarial y servicios logísticos. Fundamentan tal punto de vista en el hecho de que la empresa adquirente no opera en los segmentos de paquetería empresarial e industrial y sólo lo hace de manera marginal en el de servicios logísticos, donde también opera OPELOG (Grupo BURGAL).

Desde el punto de vista de los notificantes, la operación no producirá sinergias significativas en el sector logístico, a pesar de la semejanza de estructuras que pueden presentar algunas de las empresas afectadas por la operación. La diversidad de productos que distribuyen cada una de las empresas y las distintas condiciones y términos de entrega separan, en su opinión, los mercados.

El notificante alega que no existe tampoco aprovechamiento de sinergias en el área de la clientela de las empresas afectadas por la operación: mientras que los clientes de LOGISTA tienen un carácter estable por actuar dentro de su ámbito de actividad tradicional, que les hace mantener contratos en sectores muy específicos (fabricantes de tabaco y editoriales), los clientes del Grupo BURGAL mantienen con éste una relación esporádica y relativa a un conjunto muy heterogéneo de actividades.

La operación permitirá a LOGISTA diversificar su actividad, completando los servicios que ofrece y extender sus actividades a otras áreas distintas a las áreas en las que actualmente opera.

En su escrito de alegaciones finales, el notificante realiza las siguientes alegaciones:

En primer lugar, destacan el número reducido de alegaciones recibidas por este Tribunal, a pesar de la extensa lista de agentes y asociaciones contactados por el mismo. En opinión del notificante, este hecho pone de manifiesto la escasa oposición que ofrece este sector a la operación de concentración objeto de este Informe.

En segundo lugar, el notificante realiza un conjunto de matizaciones sobre la actividad de LOGISTA en el mercado de la distribución de labores de tabaco. Este mercado, en su opinión, está totalmente liberalizado y son los fabricantes los que libremente suscriben contratos de prestación de servicios con cualquiera de las cinco empresas que operan en el mismo.

En tercer lugar, el notificante realiza matizaciones respecto del proceso de diversificación de actividad que lleva a cabo LOGISTA a través de esta operación de concentración. Se alega así, que la estrategia de diversificación no es exclusiva de la empresa absorbente, sino que está siendo realizada por todos los operadores que actúan en el sector. Por otra parte, la operación no supone un solapamiento de actividades ya que los canales y medios empleados por la empresa absorbente y la absorbida son heterogéneos y no compatibles. La operación no permitirá a LOGISTA el aprovechamiento de sinergias que puedan reforzar la posición de la empresa en sus mercados tradicionales.

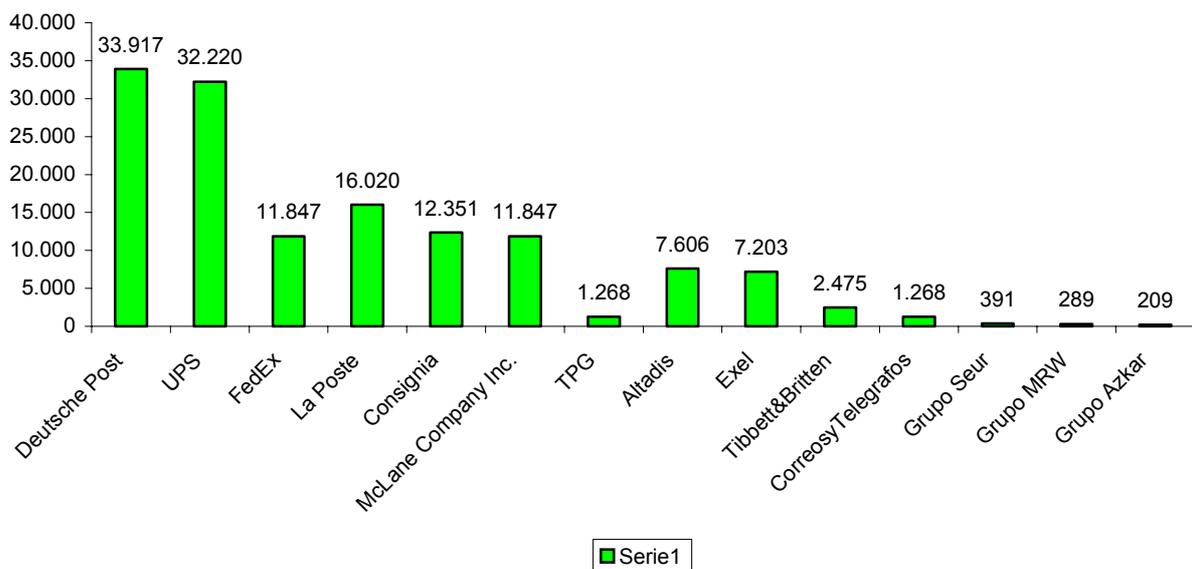
El notificante aporta asimismo un estudio encargado a una empresa consultora, el cual aporta los siguientes argumentos económicos sobre la operación de concentración:

- La operación de concentración entraría dentro de la categoría de las fusiones de conglomerado, y dentro de éstas como un proceso de diversificación extensiva de producto: las empresas que se concentran producen bienes que guardan cierta relación entre sí, ya sea por las características de su producción, o por ir dirigidos a un mismo tipo de clientes. En este sentido, las actividades adquiridas se enmarcan en la cadena de valor de la logística, no siendo por tanto ajenas a la actividad del adquirente.
- El motivo fundamental de esta operación es la diversificación de riesgo de LOGISTA, ya que su mayor fuente de ingresos proviene de la distribución de labores de tabaco. Este mercado se encuentra amenazado por las

sucesivas medidas regulatorias, que tanto en el ámbito comunitario como en el mundial se están aplicando.

- La operación de concentración no producirá efectos perniciosos para la competencia por los siguientes motivos:
 - No se reduce la competencia efectiva en los mercados en que operan las empresas adquiridas. LOGISTA no actúa por el momento en los mercados de la paquetería industrial y empresarial (NACEX e INTEGRA2). Sólo se solapa de manera limitada en la actividad que desarrolla OPELOG. Por otra parte, no existen fuertes barreras de entrada en el sector logístico.
 - No se produce un reforzamiento significativo de LOGISTA que afecte a la competencia en los mercados en que ésta opera. No se considera que el impacto de la operación sobre el coste de financiación de la empresa será significativo. La naturaleza y tamaño de los negocios adquiridos evita que la diversificación pueda producir un reforzamiento considerable de la posición de LOGISTA en los mercados en los que actúa. Por otra parte, consideran que la capacidad financiera de este grupo es reducida en comparación con la de sus competidores.

Cuadro nº 1
Cifra de negocios global de los principales operadores en los sectores postal, de paquetería y mensajería y de servicios logísticos (2000)
 Fuente: NERA



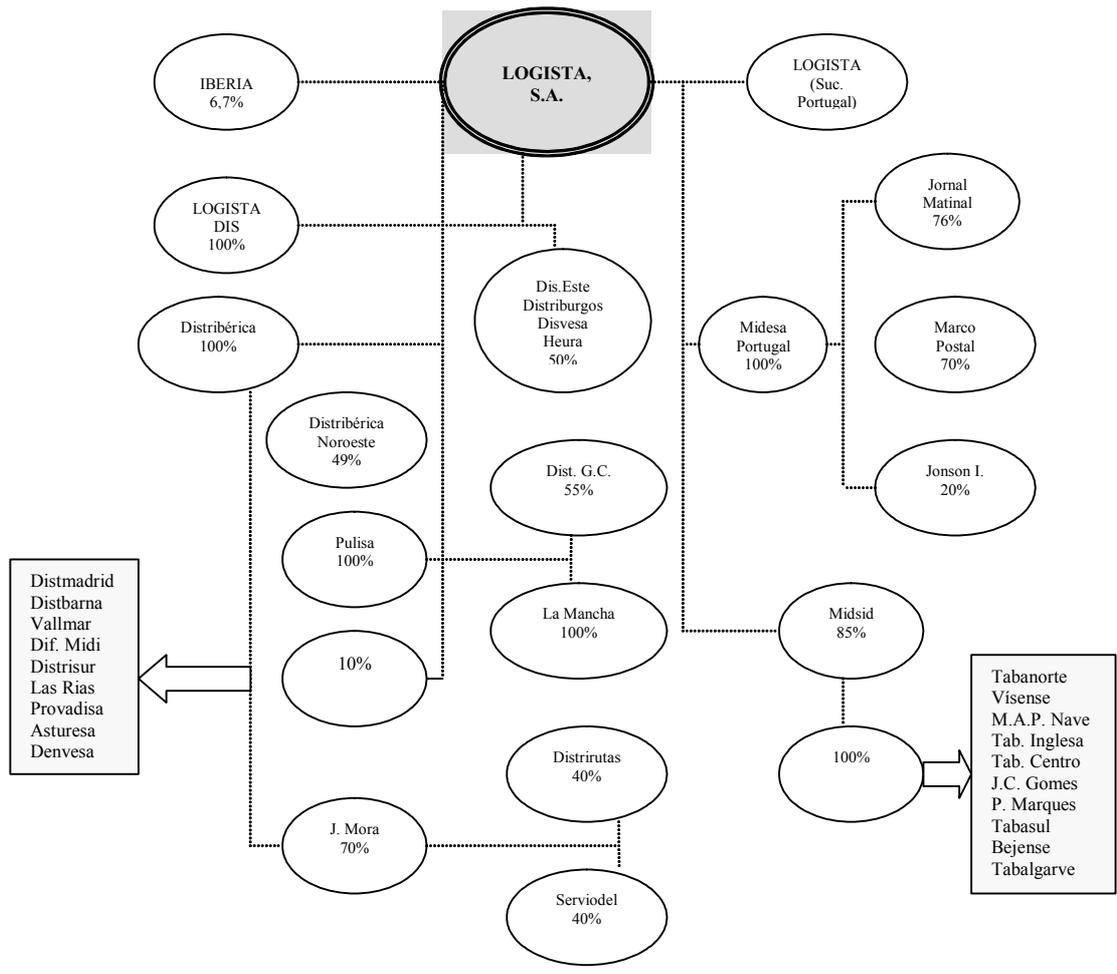
- No se incrementa el riesgo de prácticas de exclusión de competidores. La creación de grandes conglomerados, con gran capacidad financiera, puede crear un riesgo de financiación de estrategias de exclusión en algunos mercados con el fin de expulsar a sus rivales en algunos de los mercados en los que opera. Sin embargo, la concentración no reúne las condiciones necesarias para que se produzca este fenómeno, ya que, por un lado, la nueva entidad empresarial no tiene una capacidad financiera sustancialmente mayor a la de las originales; y, por otro lado, el mercado no tiene los requisitos estructurales básicos para que la estrategia sea creíble y sostenible en el tiempo, ya que, en su opinión, no existen fuertes barreras de entrada en el mercado.
- No hay una reducción significativa de la competencia potencial en los mercados considerados. Los mercados de la paquetería, mensajería y servicios logísticos no están fuertemente concentrados y presentan un comportamiento altamente competitivo. Tampoco en el mercado de distribución mayorista de labores de tabaco, el grupo adquirido podía convertirse en un competidor potencial de LOGISTA.

2 EMPRESAS AFECTADAS POR LA OPERACIÓN

2.1 Sociedad Adquirente: Compañía de Distribución Integral LOGISTA S.A.

LOGISTA es una empresa que nace de la segregación de la división de distribución de TABACALERA (hoy grupo ALTADIS) y su posterior fusión con la sociedad MARCO IBÉRICA DISTRIBUCIÓN DE EDICIONES S.A. (en adelante, MIDESA). Esta operación culminó tras la aprobación por el Consejo de Ministros del acuerdo sujeto a condiciones, el 21 de enero de 2.000.

Su estructura de participaciones empresariales es la siguiente:



Cuadro nº 2
Organigrama de LOGISTA S.A.
 Fuente: Memoria anual de la empresa (año 2.000)

La estructura actual del capital de la empresa es consecuencia de la Oferta Pública de Venta (OPV) de acciones que efectuaron ALTADIS y GRUPO PLANETA el 18 de julio de 2000, fecha en la que lanzaron al mercado el 31% de su capital. La composición de capital antes y después de la OPV se detalla a continuación:

Cuadro nº3. ACCIONISTAS DE LOGISTA. (número de acciones)		
Accionista	Antes de la OPV	Después De la opv
ALTADIS S.A.	37.428.702 (76,2%)	26.755.780 (54,5%)
PLANETA	7.179.267 (14,6%)	2.659.418 (5,4%)
CORPORACIÓN SL		
CAPITAL FLOTANTE	4.489.513 (9,2%)	19.682.284 (40,1%)

Fuente: Notificante

LOGISTA es un operador logístico integral que opera en toda Europa, principalmente en España y Portugal, ofreciendo servicios de valor añadido a sus clientes en tres grandes áreas de actividad:

- Servicios logísticos enfocados a desarrollar la distribución de productos a canales de venta especializados como estancos, quioscos o librerías. En este área de negocio LOGISTA desarrolla todas las actividades logísticas desde el fabricante hasta el punto de venta. Se incluyen las siguientes líneas de negocio:
 - Distribución mayorista de tabaco en España y Portugal
 - Distribución de timbre, signos de franqueo y documentos en España.
 - Distribución de publicaciones periódicas en España y Portugal
 - Distribución de libros en España

- Servicios logísticos a medida del cliente a través de contratos logísticos que se adaptan específicamente a los requerimientos del cliente, servicios logísticos para campañas de promoción y fidelización; servicios logísticos para comercio electrónico, entre otros. Este área pone a disposición de las empresas una oferta de servicios, estructuras y tecnología que les permite ofrecer servicios de valor añadido a sus clientes. Algunas de las líneas de negocio incluidas son:
 - Almacenaje y gestión de stocks
 - Preparación, empaquetado y distribución de pedidos
 - Tratamiento de datos
 - Facturación, cobro de pedidos
 - Aseguramiento y etiquetado
 - Servicios post-venta

- Servicios de alto valor añadido, entre los que se puede destacar: transmisión electrónica de datos, plazos de entrega a partir de 24 horas;

financiación, formación y soporte logístico y administrativo; gestión de devoluciones.

LOGISTA cuenta dentro de su infraestructura con almacenes (ocho plataformas logísticas en España; tres almacenes regionales en Portugal; setenta y nueve almacenes provinciales); 360.000 m² de instalaciones de almacenaje y una capacidad de almacenaje de 2.750.000 m³ y más de 2.000 empleados en plantilla. Su red de transporte cuenta con una flota subcontratada de 350 trailers de largo recorrido, así como 1.200 vehículos de reparto, también subcontratados.

A continuación se ofrece un cuadro con la evolución del volumen de negocios de LOGISTA:

	1998 ^(*)	1.999	2.000
MUNDIAL	2.543	2.654	3.032
COMUNITARIO	2.540	2.650	3.029
NACIONAL	2.266	2.340	2.694

(*) Los datos referidos a 1.998 son datos pro forma, ya que LOGISTA formaba parte del Grupo TABACALERA y todavía no se había producido su segregación, ni posterior fusión con MIDESA.

Fuente: Notificante

	1.998 ^(*)	1.999	2.000
Tabaco	1.782,20 (70%)	1.929,57 (69,57%)	2071,16 (68,3%)
Documentos	322,62 (13%)	344,90 (12,4%)	395,14 (13%)
Publicaciones y libros	367,69 (14,2%)	420,79 (15%)	441,77 (14,5%)
Otros servicios logísticos	70,97(2,8%)	78,30 (2,8%)	124,35 (4,1%)
TOTAL	2.543,50	2.773,56	3.032,42

(*) Los datos referidos a 1.998 son datos pro forma, ya que LOGISTA formaba parte del Grupo TABACALERA y todavía no se había producido su segregación, ni posterior fusión con MIDESA.

Fuente: Notificante

En el anterior cuadro se observa el mantenimiento prácticamente estable de los ingresos por distribución de tabaco y la tendencia de crecimiento de los ingresos por “otros servicios logísticos”.

En el siguiente cuadro aparecen desagregados los beneficios económicos de LOGISTA de cada una de sus líneas de actividad:

Cuadro nº 6. RESULTADOS ECONÓMICOS DE LOGISTA. Millones de Euros

	1999	2000	2001
VENTAS NETAS	2.675,92	3032,42	3312,34
Tabaco España	1.598,64	1825,72	2031,52 (61,33%)
Timbre y Documentos	345,48	395,14	413,86 (12,5%)
Editoriales	364,35	388,06	407,11
Libros	56,44	53,72	63,46
Tabaco Portugal	233,24	245,42	238,65 (7,25%)
Otros Servicios Logísticos	77,76	124,36	157,74
VENTAS ECONÓMICAS	242,53	264,91	300,28
Tabaco España	125,64	137,51	153,62
Timbre y Documentos	13,15	13,98	14,29
Editoriales	51,98	55,13	57,28
Libros	9,23	8,76	10,33
Tabaco Portugal	6,68	7,33	7,60
Otros Servicios Logísticos	35,86	42,71	57,17
BENEFICIO (*)	[...]	[...]	[...]
Tabaco España	[...]	[...]	[...]
Timbre y Documentos	[...]	[...]	[...]
Editoriales y libros	[...]	[...]	[...]
Tabaco Portugal	[...]	[...]	[...]
Otros Servicios Logísticos	[...]	[...]	[...]

Fuente: Notificante. (*) El beneficio económico ha tenido que ser estimado por la empresa, al no tener una contabilidad de costes detallada en este extremo

El anterior cuadro pone de manifiesto cómo, en términos de ventas netas, cerca del 80% de sus ingresos provienen del negocio de la distribución de tabaco y de timbre. En términos de beneficios, esta cantidad se reduce, pero sigue próxima al [...].

2.2 Sociedad Adquirida: Grupo BURGAL

La empresa inició su actividad en 1.998 en el negocio de paquetería industrial. Desde sus inicios desarrolla sus actividades en España, Portugal y Andorra, donde está presente a través de las tres unidades operativas de la empresa:

- INTEGRA2 en paquetería industrial
- NACEX, en mensajería y paquetería exprés
- OPELOG en logística integral.

El Grupo BURGAL está controlado por dos personas físicas (D. Andrés de Pedro Andrés y D. Francisco Cabanas Doural), que poseen respectivamente el 50% del capital social. La sociedad matriz tiene, a su vez, diferentes porcentajes de participación en las sociedades que componen el Grupo y en las que participan también otros accionistas.

La evolución del volumen de ventas del Grupo BURGAL, conforme al art. 2 del R.D. 1.080/1.992 es el siguiente:

	1.998	1.999	2.000
Mundial	67	78	98
Comunitario	67	78	98
Nacional	67	78	98

Fuente: Notificante

En el siguiente cuadro aparecen desagregados los datos de la cifra de negocios del Grupo BURGAL en cada una de las compañías o unidades que la componen:

² Aunque las sociedades del Grupo BURGAL presten servicios con destino a Portugal, Andorra y Terceros Países, la facturación se origina fundamentalmente por clientes españoles.

Cuadro N° 9. BURGAL INTEGRA 2: DISTRIBUCIÓN DE CLIENTES POR SECTORES

EMPRESAS	% VENTAS
FARMACIA +QUÍMICO - FARMA + DIETETICOS	[...]
PERFUMERÍA Y COSMÉTICA	[...]
ALIMENTACIÓN NO PERECEDERA	[...]
ELECTRÓNICA +ELECTRODOMÉSTICO	[...]
SUM. MAT. FERRETERÍA Y SUM. ELÉCTRICOS	[...]
TEXTIL	[...]
SUM. PAPELRÍA, CARTÓN E IMPRENTA	[...]
MAT. DEPORTIVO	[...]
OTROS	[...]
TOTAL	[...]

Fuente: Notificantes

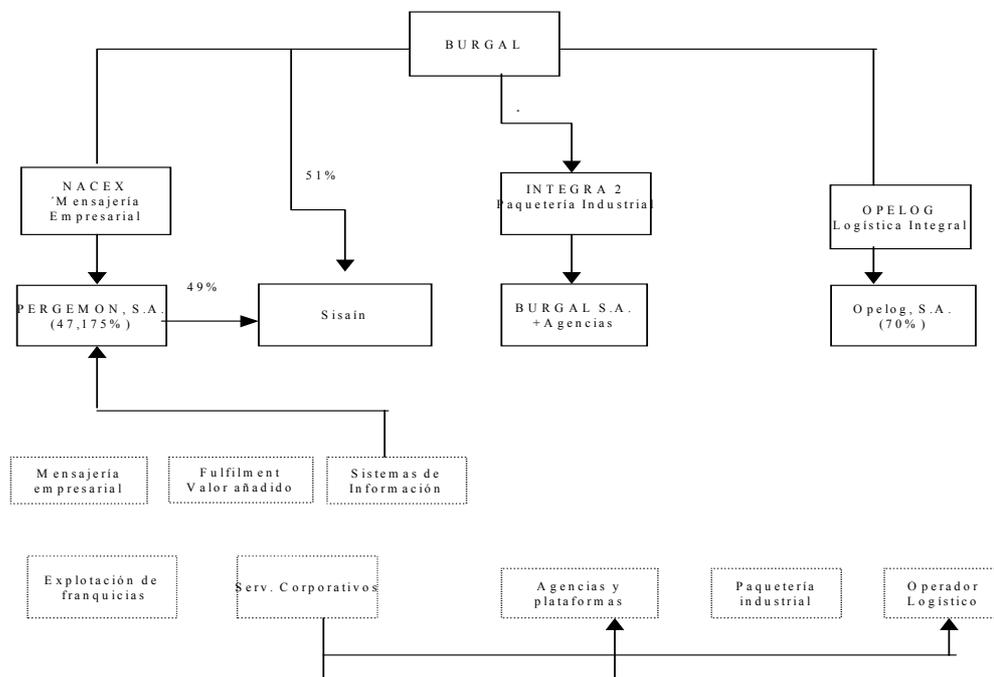
- PERGEMON S.A. se constituyó en 1.995 con el objetivo de ser la compañía responsable del desarrollo del negocio del servicio exprés de mensajería y paquetería, operando bajo la marca comercial NACEX (Nacional Exprés). NACEX se configura como una red de franquicias donde PERGEMON S.A. es el gestor y operador de los recursos críticos. NACEX cuenta con una red de 230 franquicias, más de 100 vehículos y 2 aviones; 13 plataformas logísticas, 25.000 metros cuadrados de instalaciones y 900 colaboradores.

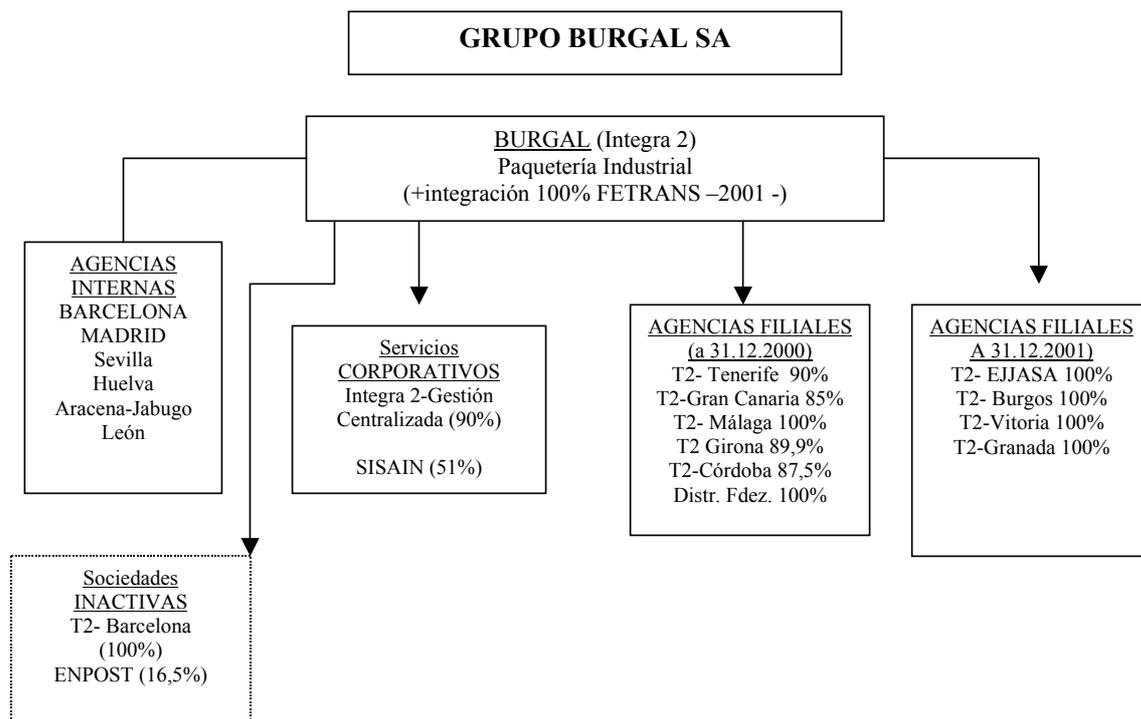
Los servicios concretos que ofrece NACEX son los siguientes:

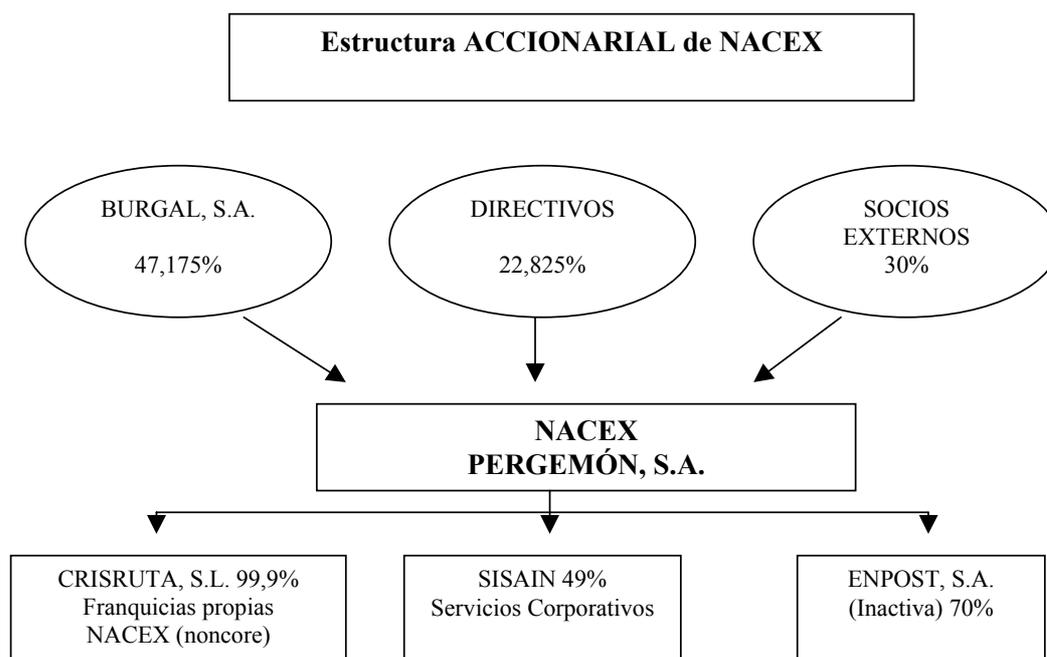
- Servicios de entrega diaria para destinos locales y nacionales y un ámbito de cobertura más limitado.
 - Servicios de entrega en 24 horas para destinos locales y nacionales.
 - Servicios de entrega en 48 horas para destinos locales y nacionales.
 - Servicios de entrega que oscilan entre tres y cinco días con cobertura mundial.
 - Servicios a medida: valijas NACEX.
 - Servicios de valor añadido: entrega contra reembolso; entregas con retorno; envíos con gestión, etc.
- T2 OPELOG S.A. se constituye en junio de 1.998 con el objetivo de ser la compañía responsable del desarrollo del negocio de operador logístico. En la actualidad cuenta con dos plantas de almacenamiento. Una dedicada totalmente a productos farmacéuticos y otra dedicada a otros

sectores, especialmente materiales promocionales. OPELOG fue el primer operador logístico aprobado por el Ministerio de Sanidad y Consumo (Agencia Española del Medicamento) el 30 de junio de 1.999.

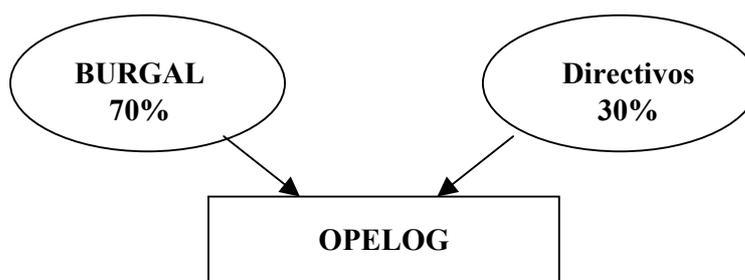
ESTRUCTURA DEL GRUPO







ESTRUCTURA ACCIONARIAL DE OPELOG

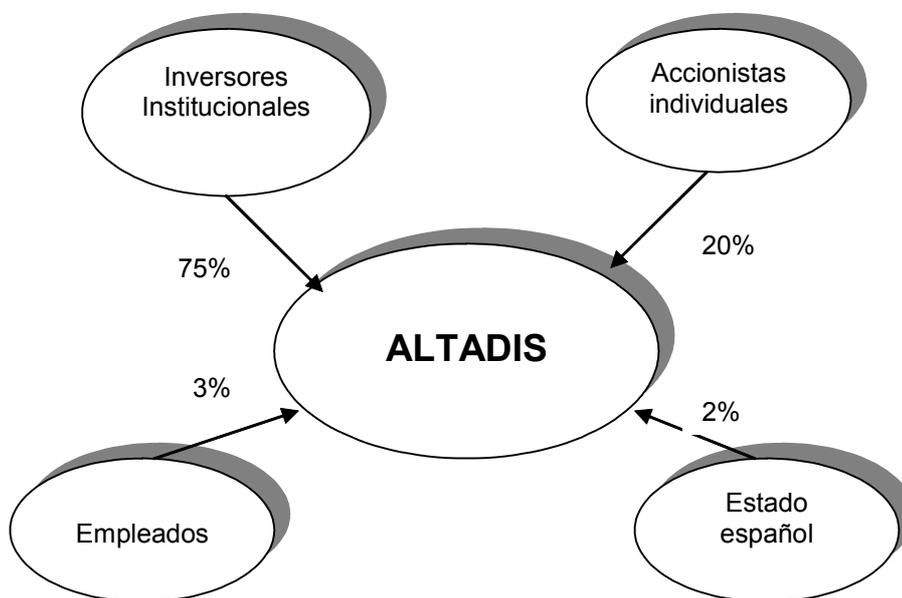


2.3 Otras sociedades afectadas: ALTADIS

El grupo ALTADIS posee el 54,5% del capital de LOGISTA y por lo tanto, en su condición de sociedad dominante, es una empresa directamente afectada por la operación de concentración objeto de este informe, tal y como se desarrollará en el punto 3.3 de este informe.

ALTADIS es la empresa resultante de la fusión de Tabacalera y SEITA y constituye uno de los grupos líderes de la industria europea del tabaco y de la logística. Es uno de los primeros grupos europeos por su capitalización bursátil (cotiza en las Bolsas de Madrid y París) y ocupa posiciones clave en sus tres áreas de actividad: tercero en Europa en el mercado de cigarrillos; líder mundial en el mercado de cigarros y uno de los principales operadores del sur de Europa en el sector logístico.

La estructura accionarial del Grupo ALTADIS es la siguiente:



Cuadro Nº 10
Estructura accionarial de ALTADIS
Fuente: Memoria Anual de ALTADIS (año 2.000)

Su actividad se centra en las siguientes áreas:

- Cigarrillos: fabricación y comercialización de las principales marcas en los mercados español y francés, donde mantiene una posición de liderazgo, así como en los mercados internacionales en los que continúa su expansión.
- Cigarros: fabricación y comercialización de una amplia cartera de marcas de gran prestigio en el ámbito mundial, que abarca desde

los cigarrillos mecanizados de formato pequeño, hasta los cigarrillos "premium" elaborados a mano.

- Logística: ofrece un gran número de servicios de valor añadido, que le permite ampliar sus actividades tradicionales hacia otros productos de gran consumo y nuevos sectores, como el comercio electrónico.

ALTADIS cuenta con una dotación de recursos humanos de 20.000 personas y está presente en treinta y cinco países.

Los principales datos consolidados del Grupo en los ejercicios 1.999 y 2000 son los siguientes:

Cuadro nº11. DATOS CONSOLIDADOS DE ALTADIS. (en millones de euros)

	2000	1999
Ventas Económicas	2,798,2	2.550,8
Flujo de Caja de Explotación	755,5	691,9
Beneficio de Explotación	598,2	558,9
Resultados Financieros	(24,1)	30,4
Resultados Extraordinarios	(229,6)	(20,1)
Impuesto sobre sociedades	(116,0)	(202,5)
Amortización del Fondo de Comercio	(79,9)	(50,8)
Beneficio Neto del Grupo	0,56	0,5
Dividendo por acción (en euros)		

Fuente: Memoria Anual de ALTADIS. Año 2000

Las sociedades que componen el grupo ALTADIS son las siguientes:

Cuadro nº 12. ALTADIS S.A. y SOCIEDADES QUE COMPONEN EL GRUPO ALTADIS

SOCIEDADES y/o GRUPOS	ACTIVIDAD PRINCIPAL	% PARTICIPACIÓN TOTAL
CONSOLIDADAS POR INTEGRACIÓN GLOBAL		
SEITA	Elaboración y distribución de tabaco	90,63
TABACALERA CIGARS	Sociedad de cartera	100,00

INTERNACIONAL S.A.

LOGISTA	Distribuidora	54,50
UREX INVERSIONES, S.A.	Sociedad de cartera	100,00
INVERSIONES TABAQUERAS INTERNACIONALES	Comercialización de tabaco	100,00
TABACOS CANARY ISLANDS, S.A. (TACISA)	Fabricación y comercialización de cigarrillos	75,00
TABAPRESS, S.A.	Edición de libros y publicaciones periódicas	93,00
TABACALERA FRANCES STE., A.R.L.	Comercialización de tabaco	100,00
VIAPLUS NETWORKS, S.A. anteriormente Cyberplaza, S.A.	Distribución mediante máquinas automáticas	75,00
SERVICIO DE VENTA AUTOMÁTICA, S.A.	Distribución mediante máquinas expendedoras	100,00
LOGIVEND, S.A.	Distribución mediante máquinas expendedoras	100,00
IT BRANDS CORPORATION	Adquisición y tenencias marcas	100,00
HEBRA PROMOCIÓN E INVERSIONES, S.A.	Promoción de inversiones	100,00
TABACMESA, S.A.	Venta de tabacos en áreas libres de impuestos	100,00
INTERPRESTIGE, S.A.	Explotación de instalaciones deportivas	100,00
COMERCIALIZADORA DE PRODUCTOS DE USO Y CONSUMO, S.A.	Distribuidora	100,00
TABACALERA SAN CRISTÓBAL DE HONDURAS, S.A. DE C.V.	Elaboración de cigarros de gama alta	100,00
TABACALERA SAN CRISTÓBAL DE NICARAGUA, S.A.	Elaboración de cigarros de gama alta	100,00
TABACALERA NACIONAL DOMICINANA, S.A.	Elaboración de cigarros de gama alta	100,00
CONSOLIDADAS POR		

INTEGRACIÓN PROPORCIONAL		
GRUPO CORPORACIÓN HABANOS	Fabricación, comercialización y distribución de cigarros	50,00
CONSOLIDADAS POR PUESTA EN EQUIVALENCIA		
ALDEASA, S.A.	Venta en áreas libres de impuestos	31,92
CITA Tabacos de Canarias, S.L. (Grupo CITA)	Fabricación y comercialización de cigarros y cigarrillos	50,00
COMPAÑÍA ESPAÑOLA DE TABACO EN RAMA, S.A.	Producción y venta de tabaco en rama	20,82
TABACOS ELABORADOS, S.A.	Distribución marcas propiedad de ALTADIS en Andorra	54,78
TABAQUEROS ASOCIADOS S.A.	Sociedad de cartera	33,00
UNIÓN IBERICA DE RADIO, S.A.	Emisoras de radio	25,00
NO CONSOLIDADAS-		
INTERNACIONAL CUBANA DE TABACO	Fabricación y comercialización de cigarrillos	50,00
GEIE GLOBAL TOBACCO	Sin actividad	95,32

Fuente: Memoria Anual ALTADIS Año 2.000

3 DESCRIPCIÓN DE LA OPERACIÓN

3.1 Naturaleza de la operación

De acuerdo con la notificación, LOGISTA pretende adquirir el 100% de las unidades de negocio del Grupo BURGAL (INTEGRA2, NACEX y OPELOG) mediante la compra del 100% de sus compañías cabecera. La operación se llevará a cabo de acuerdo con la siguiente secuencia:

- Adquisición por LOGISTA del 100% de las acciones de BURGAL S.A.
- Ampliación de capital de BURGAL S.A. por importe equivalente al valor asignado a las participaciones de los accionistas minoritarios de PERGEMÓN S.A. y OPELOG S.A.

- Adquisición de las acciones de estos accionistas minoritarios desde el Grupo BURGAL con los recursos captados en la ampliación de capital descrita en el primer punto.

La operación de adquisición se formalizará a través de un contrato de compraventa, un contrato de arrendamiento de los activos sujetos a la explotación del negocio y un contrato de gestión de cada una de las sociedades que componen el Grupo BURGAL.

3.2 Aplicación de la Ley 16/1.989, de Defensa de la Competencia

El artículo 14.1 de la LDC prevé la notificación obligatoria de una operación de concentración como consecuencia de la misma se adquiera o se incremente una cuota igual o superior al 25% del mercado nacional o cuando el volumen de ventas global en España del conjunto de los partícipes supere la cantidad de 40.000 millones de pesetas (240,40M€), siempre que al menos dos de los partícipes realicen individualmente en España un volumen de ventas superior a 10.000 millones de pesetas (60,10M€).

La operación notificada cumple los umbrales fijados en el artículo 14.1.b, tal como pone de manifiesto el siguiente cuadro de volumen de ventas correspondientes al ejercicio 2.000

Cuadro Nº 13. VOLUMEN DE VENTAS DE LAS EMPRESAS AFECTADAS. (millones de Euros)

Empresa	Volumen de ventas
ALTADIS	2.798,2
LOGISTA	2.694
GRUPO BURGAL	98

Fuente: Notificante y memorias anuales

La operación notificada carece de dimensión comunitaria, al no entrar en el ámbito de aplicación del Reglamento del Consejo CEE 4064/89, relativo al control de las operaciones de concentración entre empresas, modificado en última instancia por el Reglamento CEE 1310/97, puesto que no se alcanzan los umbrales previstos en los apartados 2 y 3 de su artículo 1.

3.3 Partes afectadas

Este Tribunal se reitera en el criterio seguido en el informe de concentración C42/99 MIDESA/LOGISTA, en lo referente a la aplicación de la legislación comunitaria para determinar las empresas afectadas por la operación. El marco legal aplicable es el establecido por el Reglamento CEE 4064/89, en sus artículos 1 y 5, que fue posteriormente aclarado por la Comunicación de la Comisión, DO C66/14 de 2 de marzo de 1.998.

En el artículo 5 de dicho Reglamento se establece que, cuando las empresas afectadas por una operación de concentración pertenezcan a un grupo, habrá de incluirse en el cálculo del volumen de negocios relevante en el análisis de la operación, el volumen de negocios de todo el grupo, dado que el objeto es determinar el volumen de los recursos económicos que se combinan mediante la operación. Esto significa, de acuerdo con la Comunicación mencionada, que el volumen de negocios de la empresa directamente afectada por la operación deberá incluir el de sus filiales, el de sus sociedades matrices, el de las demás filiales de sus sociedades matrices y el de cualquier otra empresa controlada conjuntamente por dos o más sociedades que integran el grupo.

Teniendo en cuenta este marco legal, este Tribunal ha considerado que el Grupo ALTADIS S.A., que posee el 54% de las acciones de LOGISTA, debe tener la consideración de empresa afectada por la operación de concentración.

3.4 Cláusulas y restricciones adicionales de la operación

Este Tribunal debe pronunciarse sobre el contenido de las restricciones a la competencia accesorias a la operación de concentración, en virtud de lo dispuesto en el artículo 15 bis apartado 5 de la LDC.

El notificante aporta en el anexo referente a la Oferta Vinculante un apartado relativo a las condiciones y términos económicos de la Oferta, una cláusula de no competencia. En concreto, la cláusula 13 estipula que “ Los vendedores, con una posición relevante en la gestión del Grupo BURGAL hasta la fecha de cierre de la operación, se comprometerán, durante el plazo máximo legalmente admisible, con un mínimo de cuatro años, a no realizar directa o indirectamente actividades coincidentes a las que realiza, dentro de su actual objeto social, el Grupo BURGAL, salvo que se realicen en colaboración, asociación o franquicia con el Grupo BURGAL, en el ámbito territorial en el que opera actualmente”.

El notificante entiende que la referencia a “vendedores con posición relevante” no sólo incluye a los vendedores mayoritarios, sino también a aquellos otros que han tenido una posición relevante en la gestión del Grupo BURGAL,

otorgándoles por tanto, un amplio conocimiento del negocio objeto de adquisición. Asimismo, el notificante entiende que el plazo máximo legalmente admisible es de cinco años.

La Comisión Europea establece determinados criterios para la aplicación e interpretación de cláusulas accesorias de no competencia en las operaciones de concentración³, que han sido asumidos por este Tribunal, considerando que la existencia de determinados pactos de no competencia es consustancial a los negocios jurídicos de adquisición de establecimientos mercantiles. Dichos pactos no deben contener más restricciones que las objetivamente necesarias para la transferencia plena de establecimiento mercantil, ni realizarse en perjuicio de terceros. Por otra parte, no existe una duración absoluta de la prohibición de competencia, sino que ésta depende del mercado de producto afectado por la operación de concentración y de sus circunstancias.

4 EL SECTOR DE LA LOGÍSTICA

4.1 Marco Legal

El sector logístico no tiene un marco legal único, ni en el ámbito comunitario ni en el ámbito nacional. Este hecho dificulta su delimitación y el proceso de liberalización que se está llevando a cabo dentro del mismo.

En el ámbito nacional las dos principales normas de referencia son la Ley 16/1.987, de 30 de julio, de Ordenación de los Transportes Terrestres (en adelante, LOTT) y la Ley 24/1.998, de 13 de julio, del Servicio Postal Universal y de Liberalización de los Servicios Postales (en adelante, LSPU), que se inspira en la Directiva 97/67/CE, del Parlamento Europeo y del Consejo de la Unión Europea, de 15 de diciembre.

4.1.1 La Ley de Ordenación de los Transportes Terrestres

En relación con el informe que nos ocupa, la LOTT establece una clasificación de los distintos agentes que intervienen en los Transportes Terrestres que ya se mencionó por este Tribunal en el informe 42/99 LOGISTA/ MIDESA. Dicha Ley diferencia los conceptos de transportista, agencia de transporte, almacenista-distribuidor y transitario.

³ DO C 203 de 14 de julio de 1.990

La figura del operador logístico no está contemplada de manera explícita por la LOTT, y se incluye en la categoría de almacenistas-distribuidores, definidos como “aquellas personas físicas o jurídicas que reciben en depósito en sus almacenes o locales mercancías o bienes ajenos, realizan en relación con los mismos las funciones de almacenaje, ruptura de cargas u otros complementarios que resulten necesarios, y lleven a cabo o gestionen la distribución de los mismos, de acuerdo con las instrucciones de los depositantes”.

En la actividad realizada por los operadores logísticos se incluyen las siguientes tareas:

- Recogida de mercancías, operación que normalmente realiza el operador logístico, el cual conoce de antemano el momento preciso en que debe realizarla, quedando estipulado mediante contrato. No obstante, las mercancías pueden quedar depositadas en el almacén del operador por los propios clientes.
- Recepción de mercancías, con la realización del registro de entrada correspondiente, ordenándose generalmente por categoría de cliente.
- Recepción de las órdenes de salida de las mercancías hacia determinados destinos, normalmente mediante conexión informática.
- Preparación de los pedidos a partir de las órdenes de los clientes (“picking”).
- Carga de las mercancías en el camión o vehículo de reparto para su entrega en los diferentes destinos de acuerdo con la hoja de ruta. Esta actividad puede ser subcontratada o bien realizada por el propio operador logístico si dispone de flota de vehículos, debiendo contar en este último caso con la correspondiente autorización administrativa para el transporte de mercancías.

La LOTT fue desarrollada posteriormente por un Reglamento, aprobado mediante Real Decreto 1.211/1.990, de 28 de septiembre, que regula, entre otros aspectos, la actividad de los almacenistas-distribuidores. Este Reglamento ha sido modificado parcialmente por distintas disposiciones. Se puede destacar el Real Decreto 1.136/1.997, de 11 de julio, por el que se modifican los requisitos exigidos para la obtención de las autorizaciones habilitantes para la realización de cada una de las actividades a las que hace referencia el Reglamento, entre las que se encuentra la de los operadores logísticos.

4.1.2 Ley del Servicio Postal Universal y Liberalización de los Servicios Postales

La LSPU sustituye la Ordenanza Postal de 19 de mayo de 1.960, y su objeto es la regulación de los servicios postales⁴ y el establecimiento de un marco para la liberalización del sector. Esta Ley se inspira en la Directiva 97/67/CE, que persigue la realización de un servicio postal universal a escala comunitaria, con precios asequibles y una calidad de servicio homogénea y satisfactoria.

Con anterioridad a la entrada en vigor de la LSPU, la Ordenanza Postal de 1.960 y su Reglamento ya preveían excepciones al monopolio de correo: por un lado, la correspondencia que circule entre dos poblaciones no enlazadas por el servicio de Correos; por otro, los servicios de paquetería y de correo rápido o urgentes también se entendían liberalizados. Estos servicios fueron regulados, ante el vacío legal, mediante R.D. 1.145/1.992, de 25 de septiembre, que ha sido posteriormente derogado por el R.D. 81/1.999, de 22 de enero.

El proceso de liberalización de los servicios postales está muy ligado al concepto de servicio público y el eje central en torno al cual se ha definido la liberalización está constituido por los servicios de valor añadido⁵. Así, la LSPU distingue entre los servicios incluidos en el ámbito del servicio postal universal y los excluidos de éste. La Ley fija un conjunto de servicios reservados dentro del primer campo y

- Los servicios postales universales reservados al operador al que se encomiende la prestación de esta tarea:
 - Giro Postal
 - Recepción postal administrativa: comunicaciones con los órganos de las Administraciones Públicas.
 - Envíos interurbanos de peso igual o inferior a 350 gramos
 - Servicio transfronterizo con iguales límites de peso
- Servicios postales universales no reservados a este operador:
 - Envío de cartas y tarjetas de peso superior a 350 gramos
 - Paquetes postales de hasta 10 Kilos de peso

⁴ Se excluyen los servicios prestados en régimen de autoprestación, es decir aquellos en los que el origen y destino de los mismos se encuentra en la misma persona jurídica.

⁵ La Decisión 90/456/CEE, delimita este valor añadido a los siguientes servicios: garantía de entrega de los envíos en una fecha determinada; recogida de los envíos a domicilio; entrega al destinatario en mano; posibilidad de cambio de destino o destinatario en el trayecto; confirmación al remitente de la recepción del envío; seguimiento de los envíos; trato personalizado de los clientes y prestación de un servicio a la carta según sus necesidades.

- Servicios no incluidos en el ámbito del servicio postal universal:
 - Servicios rápidos urbanos, interurbanos y transfronterizos.
 - Prestación no ordinaria de servicios postales nacionales y transfronterizos
 - Publicidad directa, libros catálogos y publicaciones periódicas.

4.1.3 Algunos problemas del marco jurídico español

Tal y como se ha puesto de manifiesto en los dos epígrafes anteriores, la normativa aplicable al sector logístico es compleja y ha superpuesto dos tipos de normas, que en algunos supuestos, generan problemas de interpretación y aplicación, e incluso de contradicción entre ambas legislaciones:

- El Estado es un prestador directo de servicios postales a través de una Entidad Pública Empresarial. Algunas de las funciones que realiza esta Entidad entran dentro del concepto del transporte de mercancías (servicios postales ordinarios de entre 10 y 20 kilos). El establecimiento de privilegios legales a favor de este Ente Público Empresarial puede generar distorsiones en la competencia del sector.
- Inexistencia de una Autoridad reguladora Mercado Postal que vele por el desarrollo armónico del mismo.
- Se ha creado por ley (LOTT y LSPU) un conjunto de privilegios a favor de operadores públicos o de sociedades privatizadas:
 - Exención en el pago del IVA a favor de los servicios públicos postales (art. 20.1 de la Ley del IVA)
 - Reserva Transitoria de la distribución minorista de sello y timbre a favor de ALTADIS (disposición transitoria 1ª de la LSPU). Esta norma no establece con claridad cuál será el proceso de adjudicación de esta licencia una vez finalizado el periodo transitorio (13 de julio de 2002).
- Sometimiento de empresas transportistas a una normativa extraña a su sector: las empresas de paquetería, cuando realicen envíos nacionales, pasan a estar sometidas a dos normativas administrativas, la postal y la de ordenación de transportes terrestres.

4.2 Estructura del sector en Europa. Tendencias mundiales

El sector de los operadores logísticos está inmerso en un proceso de profundas transformaciones, provocado por el movimiento de internacionalización de la economía y por la influencia de las nuevas tecnologías de la información. Desde 1.993 hasta el año 2000 el sector logístico mundial ha crecido a una media del 25,7% anual⁶.

De acuerdo con un estudio realizado por Robert Lieb, Melvyn Peters y Mercer Management Group⁷, las principales características y diferencias entre los operadores logísticos europeos y americanos serían las siguientes:

- Mayor oferta de servicios de valor añadido por las empresas europeas (90% de las europeas frente al 68% de las norteamericanas).
- El 70% de las compañías europeas operan en todo el mundo.
- Aunque se ofrece un amplio abanico de servicios, el almacenamiento y el transporte aportan la mayor parte de la facturación (aunque no siempre de los beneficios)
- Existencia de un margen considerable de reducción de gastos generales mediante compras y fusiones en el mercado europeo.
- Aumento de la contratación externa y presión de los precios a la baja.

De acuerdo con el estudio de las Universidades de Cranfield (RU) y Boston Northeastern (EEUU), los retos de los operadores logísticos en el ámbito europeo son los siguientes:

- Incidencia del comercio electrónico y de las nuevas tecnologías: se estima que el gasto total de plataformas de comercio electrónico en el año 2.005 alcance 63.000 millones de euros. Se espera que en Europa la actividad electrónica entre empresas mueva 3.100 millones de euros para esa fecha (frente a los 4.100 MEUROS en Estados Unidos).
- Creación de redes de suministro pan europeas y a la sincronización de diferentes cadenas de suministro. La intermodalidad del sector transportes obliga a los operadores del sector a ser más flexibles. Se están creando grandes nudos de interconexión (hubs) entre las principales redes.
- Proceso de especialización y diversificación de productos: el incremento de la competencia generado con la liberalización progresiva del sector,

⁶ Fuente: Estudio conjunto Universidades Cranfield (GB) y Boston Northeastern (USA). Año 2.001

⁷ Transportation Economics: Patrick S. McCarthy; Blackwell Publishers; Oxford (UK); 2001.

está generando una mayor oferta de productos de valor añadido y una diversificación de actividades de los principales operadores.

- Aumento de las concentraciones empresariales y alianzas estratégicas de los operadores. Como consecuencia del resto de elementos enunciados, los grandes operadores logísticos están protagonizando un proceso de fusiones y alianzas estratégicas de ámbito europeo, sin renunciar a la contratación externa de parte de la cadena logística⁸.
- Estrategias predatorias de precios por parte de algunos agentes: a pesar del desarrollo de productos y servicios de valor añadido, los demandantes de servicios logísticos siguen siendo muy sensibles a variaciones de la variable precio. Este hecho ha generado conductas agresivas por parte de los operadores más fuertes, con diseño de catálogos de precios “a medida” de los clientes.

En el siguiente cuadro figuran algunas de las principales operaciones de adquisición realizadas por grupos europeos.

⁸ Fernández y Arruñana: Cuasi-integración vertical en el transporte de paquetería; Revista de Economía Aplicada; Num. 24; Año 2.000

Cuadro Nº14. PRINCIPALES OPERACIONES DE ADQUISICIÓN POR GRUPOS EUROPEOS DE CORREOS. 1.996-2001

NOMBRE DEL GRUPO	OPERADORES ADQUIRIDOS
Grupo La Poste (Francia)	DPD Denkhau DPD Birkart DPD Interspe Eurodispatch DPD Transit Transport Deutscher Paket Dienst
British Post Office (Reino Unido)	Red German Parcel Der Kourier Williams Crie Extand
Grupo TPG (Países Bajos)	Grupo TNT Jet Services Broos Polilla Tecnológica Ties Mendy
Deutsche Post (Alemania)	BPD TNT Netlog GP Paket Logistic Ducros MLT Danzas Securicor Omega Nedlloyd Eld Guipuzcoana Euro Express ITG ASG Sernadis Arcatime AEI Letterbox Herald International Mailings DHL

Fuente: DBK

Se adjunta como anexo 1 un cuadro de la red de alianzas y participaciones que se ha generado en el contexto europeo, donde aparecen implicados ya operadores del mercado español.

4.3 Estructura del sector en España.

4.3.1 Consideraciones previas

Tal y como se ha puesto de manifiesto al definir el marco jurídico aplicable al sector, no existe una delimitación clara de los distintos subsectores y de los servicios y prestaciones que les identifican. Este hecho se refuerza porque la mayoría de las empresas operan simultáneamente en todos o casi todos ellos. Al mismo tiempo, el proceso de liberalización está abriendo paulatinamente a la competencia nuevas áreas de negocio tradicionalmente reservadas a los antiguos monopolios estatales. Este problema de delimitación de subsectores, también se produce en el ámbito comunitario⁹.

En este punto se utilizará la segmentación que ha realizado en sus estudios la empresa de análisis sectoriales DBK, que también han sido empleados por el notificante: se distingue entre operadores logísticos y servicios de mensajería y paquetería, dividiéndose a su vez éste en paquetería industrial y paquetería empresarial.

4.3.2 Características generales

En los últimos cinco años el sector logístico ha crecido por encima de la media nacional, cifrando su volumen de negocios en 9,8 billones de pesetas: el 11,5% del Producto Interior Bruto español.

España no queda al margen de las tendencias estructurales del sector en el ámbito europeo (internacionalización, impacto de las nuevas tecnologías, procesos de fusiones y alianzas), aunque ofrece características propias¹⁰:

- Menor grado de contratación externa de servicios logísticos que en el resto de Europa. En España se sitúa en el 5,3%¹¹, muy por debajo del resto de países europeos como Alemania (27%); Francia (20%); Gran Bretaña (18%) o Italia (10%). Los servicios más frecuentemente subcontratados son el transporte y el almacenaje. Aunque el proceso de contratación externa de estos servicios se ha acelerado en los últimos

⁹ Ver punto 5.1 de este informe

¹⁰ Fuentes: Estudios DBK y Maribel Jiménez: "Especial Operadores Logísticos 2001"; Logística Tecnipublicaciones S.L. (febrero 2002)

¹¹ Fuente: Maribel Jiménez: "Especial Operadores Logísticos 2001"; Logística Tecnipublicaciones S.L. (febrero 2002) NERA recoge distintos porcentajes, sobre la base del estudio de DBK (18% para el caso español)

años, todavía las empresas españolas, tanto productoras como comercializadora, no han realizado el cambio estratégico en su cadena de distribución que se ha llevado a cabo en el resto de Europa.

- El inmobiliario se ha convertido en un factor clave del fuerte proceso de expansión del sector logístico en España. El crecimiento del sector ha provocado un fuerte desequilibrio entre oferta y demanda. La escasez de suelo industrial calificado ha desembocado en un aumento de los precios desproporcionado de las naves de almacenaje. El sector logístico ha absorbido el 50% y el 65% del total de naves industriales del mercado en 1.999 y 2.000 respectivamente.
- La distribución geográfica de los operadores muestra una clara concentración en las zonas con mayor actividad industrial y de servicios, de forma que alrededor del 50% de los operadores se localizan en las Comunidades Autónomas de Cataluña y Madrid.
- Alto grado de concentración empresarial: la cuota conjunta de mercado de las cinco primeras empresas se situó en un 36,7% en 2.000. Si se consideran las diez mayores compañías este porcentaje se eleva al 55,1%.

Cuadro nº 15. CUOTAS DE MERCADO ESPAÑOL DE LAS COMPAÑÍAS LOGÍSTICAS EN ESPAÑA
Año 2001

EMPRESAS	%
LOGISTA	16,0
DANZAS	11,0
GRUPO CAT	9,0
EXEL	6,0
OTROS	58,0

Fuente: Notificantes y estudio DBK

- La presencia de capital extranjero en el sector resulta significativa, como consecuencia de la importante posición que tienen las filiales de grupos extranjeros en el mercado español que tienden a tomar posiciones alentadas por el alto potencial de crecimiento del sector.
- Impacto de las nuevas tecnologías y el comercio electrónico. Los operadores tienden a tomar posiciones en este nuevo negocio, invirtiendo en infraestructuras y desarrollo tecnológico.

4.3.3 Operadores Logísticos

La empresa de análisis y estudios sectoriales DBK delimita en su informe las actividades de los operadores logísticos a la gestión de stocks; gestión de pedidos; manutención o manejo físico del producto y gestión de rutas y distribución física.

El sector de operadores logísticos estaba integrado a finales de 2000 por alrededor de 160 empresas, que generaban un empleo aproximado de 18.500 personas. El volumen de negocio generado ha crecido a tasas superiores al 20% durante el bienio 1999-2000, alcanzando en 2.000 una cifra de 1563 MEUROS (260.000 M. ESP).

A continuación se exponen dos cuadros que reflejan las principales características y datos de este subsector.

Cuadro nº 16. CUOTAS DEL MERCADO ESPAÑOL EN VALOR DE LOS OPERADORES EN SERVICIOS LOGÍSTICOS

EMPRESAS	1999%	2000%
LOGISTA	1,4	1,5
OPELOG	1,0	1,0
GRUPO CAT	9,8	9,0
EXEL	7,1	8,7
DANZAS	7,2	7,2
GRUPO LOGISTICO SANTOS	2,8	7,2
TIBBETT & BRITTEN	4,8	4,6
GRUPO SDF	4,7	4,5
GEFCO	3,7	3,8
SALVESEN	2,6	3,5
GRUPO TNT LOGISTICS	3,8	3,4
GRUPO SEUR	3,0	2,8
GRUPO FRANS MAAS	1,2	1,2

Fuente: Notificantes y DBK

Cuadro nº 17. EVOLUCIÓN DE LOS OPERADORES LOGÍSTICOS EN ESPAÑA (1.999-2.000)

OPERADORES LOGÍSTICOS	1.999	2.000
Número de empresas	130	160
Número de empleados	15.000	18.500
Empleados por empresa	115	115
Valor de mercado (M€)	1466,4	1.562,6
Cuota de Mercado cinco primeros (%)	38,0	36,7
Crecimiento del mercado en valor (%)	22,0	20,8

Fuente: DBK

4.3.4 Paquetería y Mensajería

El estudio de DBK¹² distingue dos tipos de operadores:

- Paquetería empresarial: que ofrecen servicios urgentes, reducido peso de los envíos, diversidad de destinos, variedad de medios de transporte utilizados, con empleo frecuente de medios aéreos. Se caracterizan por poseer una amplia red de delegaciones para la recogida de envíos, clientes particulares y empresariales en general. Dentro de este grupo se incluyen los servicios de mensajería urbana, courier nacional e internacional.
- Paquetería industrial: ofrecen servicios programados con un valor menor componente de urgencia, periodicidad de los envíos y peso variable, en general más elevado que el segmento anterior. Se emplean más vehículos pesados de transporte de mercancías por carretera. Sus servicios están más orientados a empresas industriales, integrándose los operadores en su cadena logística.

La facturación por prestación de servicios de mensajería y paquetería generada por empresas del sector registró en 2.000 un incremento del 14,6%, con una cifra de negocios de 3.203,4 MEUROS (533.000 M ESP). El segmento de paquetería empresarial alcanzó la cota más alta de crecimiento, 15,6%, absorbiendo el 62,5% del mercado total. El mercado de paquetería industrial creció un 13%.

El sector de mensajería y paquetería integraba a finales de 2.000 alrededor de 4.050 empresas, que generaban un empleo aproximado de 55.500 personas.

¹² El estudio no incluye los servicios y cifras de negocios de Correos y Telégrafos, a pesar del proceso de liberalización y privatización de la empresa y del sector.

A continuación se presentan dos cuadros de las principales empresas de paquetería empresarial e industrial en España, destacándose la cuota de mercado de dos de las empresas del Grupo BURGAL (INTEGRA2 y NACEX).

Cuadro Nº18. CUOTAS DEL MERCADO ESPAÑOL EN VALOR DE LA PAQUETERÍA INDUSTRIAL

EMPRESAS	1999%	2000%
INTEGRA 2	9,6	9,2
GRUPO GUIPUZCOANO EURO EXPRES	19,0	19,7
AZKAR	18,3	18,7
TDN	9,0	8,8
TRANSPORTES OCHOA	6,3	6,8
TEISA	5,9	5,9
TRANSCAMER-	3,8	3,7
TRANSERRA	3,5	2,9
SPAIN-TIR	1,6	2,2
OTRAS	23,0	22,1

Fuente: Notificantes y Estudio DBK

Cuadro nº19. CUOTAS DEL MERCADO ESPAÑOL EN VALOR DE LA PAQUETERÍA EMPRESARIAL

EMPRESAS	1999%	2000%
NACEX (Grupo Bungal)	3,5	3,7
GRUPO SEUR	18,2	17,8
GRUPO MRW	14,1	14,9
DHL	6,8	6,8
TNT	5,8	6,0
CORREOS Y TELÉGRAFOS	4,3	4,6
UPS	4,2	3,9
GRUPO A.S.M.	3,5	3,6
SERVIPACK	3,5	3,5
HALCOURIER	3,5	3,4
CHRONOPOST EXPRESS	2,8	2,8
GRUPO MEX	2,5	2,6
TOURLINE EXPRESS	2,5	2,6
IBERLINK	0,3	0,4
FEDEX	0,4	0,4
OTRAS	23,8	23,1

Fuente: Notificantes y estudio DBK

En los siguientes cuadros aparecen los datos detallados de facturación de las principales empresas de paquetería empresarial e industrial en España. La distinción entre ambos cuadros reside en el tipo de servicios ofrecidos por las empresas. Mientras que los servicios de mensajería no implican una fecha de entrega acelerada, los servicios de courier, sí suponen un plazo de entrega fija y rápida.

Cuadro nº 20. RANKING DE EMPRESAS DE MENSAJERÍA EN ESPAÑA.

Año 2000

EMPRESA	Facturación en mill.€		Facturación total 2000 (M €)	Facturación total 1999 (M €)	%ΔFact. 2000/1999	Resultado Ejerc.2000 (mill.€)
	Local	Nacional				
NACEX (Grupo Burgal)		74,19	74,19	61,29	21,05	n.d.
A.S.M. S.A.	14,42	57,70	72,12	52,29	37,92	n.d.
Halcourier			68,25	60,94	12,00	n.d.
Mex-Central 238, S.L.		52,29	52,29	43,75	19,52	n.d.
Tourlino Express España S.A.		52,18	52,18	44,03	18,51	n.d.
Redyser Transporte S.L.		9,75	9,75	9,62	1,35	0,33
Iberlink S.A.	1,95	5,71	7,66	6,76	13,31	n.d.
Missatgeria Dit i Feit..S.L.	4,00	3,19	7,18	n.d.	n.d.	n.d.
Moto-.Servi Express S.L.			4,81	2,83	69,96	n.d.
Rapid Expres Courier, S.A.	0,90	3,79	4,69	4,33	8,31	0,07
F.C. Courier	2,70	0,90	3,61	1,48	143,92	n.d.
STU Express Service, S.A.	1,62	1,63	3,26	2,56	27,34	n.d.
Martín e Hijos S.L.	0,03	3,00	3,03	0,92	229,35	n.d.
Transmataró S.L.		2,70	2,70	2,16	25,00	0,13
Servicios Mensajería Meteor S.L.	2,40		2,40	2,16	11,11	n.d.
Motos Express Slam, S..A.	2,07	0,32	2,39	n.d.	n.d.	n.d.
G.T.D. Mensajeros S.L.	0,98	0,54	1,52	1,38	10,14	n.d.
West Fargo	0,30	1,20	1,50	1,17	28,21	n.d.
Tour S.A.	1,09	0,38	1,47	1,74	-15,52	n.d.
Central Mensajeros, S.Coop.	0,41	0,95	1,36	1,18	15,25	n.d.

Fuente: Transporte XXI

Cuadro nº21. RANKING DE PAQUETERÍA EXPRES COURIER EN ESPAÑA.
Año 2000

EMPRESA	Facturació n P.E.C.Año 2000 (mill €)	Facturació n P.E.C.Año 1999 (mill €)	%ΔFact. 2000/1999	Resultado Ejerc.2000 (mill.€)
Seur España S.A.	391,32	349,33	12,02	n.d
M.R.W. S.A.	297,44	244,01	21,90	n.d
Guipuzcoana Euro Expres	236,20	208,73	13,16	n.d
TNT Express Worldwide Spain	208,57	181,75	14,76	n.d
Azkar S.A.	166,83	152,27	9,56	25,30
D.H.L Internacional España S.A.	135,23	117,20	15,38	n.d.
Transportes Gómez	109,99	105,18	4,57	n.d
TDN, S.A.	106,23	95,70	11,00	n.d
Transportes Ochoa S.A.	86,82	73,04	18,87	3,62
Nacex (Grupo Burgal)	74,19	61,29	21,05	n.d.
A.S.M. S.A.	72,12	52,29	37,92	n.d
Halcourier	68,25	60,94	12,00	n.d
S.D.F. Ibérica S.A.	59,86	n.d.	n.d.	n.d
Chronopost S.A.	57,02	49,28	15,71	n.d
Mex- Central 238 S.L.	52,29	43,75	19,52	n.d
Tourline Express España S.A.	52,18	44,03	18,51	n.d
Transportes Duco, S.A.	30,95	n.d.	n.d	n.d
Grupo Logistico STD, S.L.	27,20	n.d	n.d	n.d
Transaher Grupo	24,94	n.d	n.d	n.d
Grupo Angel Rey	24,04	n.d	n.d	n.d

Fuente: Transporte XXI

4.3.5 El sector de transporte de mercancías por carretera

La dificultad de delimitación jurídica y económica de las actividades y operadores del sector obliga a realizar una mención del sector más genérico donde operan todos los agentes, al menos en alguna fase de su actividad: el transporte público de mercancías por carretera, que se realiza por empresas o

profesionales autónomos para el traslado de mercancías en vehículos preparados para dicho fin.

La organización del mercado se articula generalmente a través de agencias de transporte, organizaciones auxiliares que intermedian 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. Paralelamente, los centros de información y distribución de cargas han sido un elemento fundamental para el desarrollo de las actividades auxiliares del transporte por carretera.

El sector integra a más de 128.000 empresas que generan un volumen de empleo aproximado de 260.000 trabajadores. Existe una fuerte atomización, donde las cinco mayores empresas suponen una cuota de mercado del 9,6%. La cuota aumenta al 15%, si se tienen en cuenta las diez primeras empresas.

Cuadro nº22. RANKING DE EMPRESAS DE TRANSPORTE DE MERCANCÍAS EN ESPAÑA.

Año 2000

EMPRESA	Total Facturación 2000 (M€)	Total Facturación 1999 (M€)	% ΔFact. 2000/1999	Resultado Ejerc.2000 (M€)
LOGISTA	3.032,44	2.670,17	13,57	88,42
Seur España	391,32	349,33	12,02	n.d.
Renfe Mercancías	357,96	360,72	-0,76	n.d.
Bergé Marítima S.A.	350,51	262,47	33,54	n.d.
M.R.W. S.A.	297,44	244,01	21,90	n.d.
Transfesa	292,25	269,86	8,30	n.d.
C. Transmediterránea S.A.	279,53	270,32	3,41	12,24
Dragados S.P.L	261,44	n.d	n.d	n.d.
Guipuzcoana Euro Expres	249,72	213,96	16,71	n.d.
Iberia Cargo	227,55	204,87	11,07	n.d.
Grupo Tradisa	211,31	156,26	35,23	n.d.
Gefco España S.A.	210,35	180,30	16,67	n.d.
TNT Express	208,57	181,75	14,75	n.d.
Worldwide S.L.	207,48	169,00	22,77	25,30
Danzas S.A.	203,12	286,65	-29,14	0,74
Grupo Bursal	186,07	163,58	13,75	n.d.

Cat España S.A.	174,98	157,71	10,95	8,64
Kühne & Nagel S.A.	166,64	126,39	31,84	5,51
Hamann International, S.A.	162,87	145,27	12,12	n.d.
Marmedsa Group	162,27	90,15	80,00	21,46

Fuente: Revista Transporte XXI

5 EL MERCADO DE REFERENCIA

5.1 El mercado del producto de referencia

La Comunicación de la Comisión (DOC 372/5, de 9 de diciembre de 1997), relativa a la definición del mercado relevante, establece en su párrafo 7 que: “El mercado de producto de referencia comprende la totalidad de los productos y servicios que los consumidores consideren intercambiables o sustituibles en razón de sus características, su precio o el uso que se prevea hacer de ellos.”

El concepto de mercado relevante de producto precisa, a menudo, de varias variables para su correcta definición. En efecto, ésta requiere no sólo la declaración de un producto físico o un servicio sino de la acción que se lleva a cabo con el producto o servicio en cuestión, el momento en que se realiza dicha acción u otras variables que permitan delimitar el mercado afectado por la operación. Estas consideraciones generales son críticas a la hora de delimitar el mercado relevante en un sector tan complejo como el logístico que está sometido en la actualidad a un proceso de profunda reestructuración.

Ni en el ámbito comunitario ni en el nacional existe una delimitación precisa de subsectores. Además, un gran número de agentes que operan en el mercado realiza actividades que entran dentro de las distintas categorías establecidas. Este proceso se acentuará en el futuro con el proceso de liberalización de los servicios de correos y las fusiones y alianzas que se están produciendo en los marcos europeo y nacional.

La Comisión Europea ha identificado en sus decisiones¹³ aquellos servicios donde la entrega se realiza en un plazo normal (servicios básicos) y aquellos otros que ofrecen servicios de valor añadido y que implican un plazo de entrega más rápido (industria de transporte rápido).

¹³ Algunas de las decisiones de la Comisión que hacen alusión a la clasificación y delimitación del mercado son: TNT/GD Net (IV/M.102) 1991; TNT Post Group/ Jet Services (IV/M.1405) 1.999; Deutsche Post/Danzas (IV/M.1410), 1999; Deutsche Post/Trans-O-Flex (IV/M.1447) 1999; Ocean Group/EXEL (NFC) (COMP/M.1895) 2000; Chronopost/Correos (JV.18) 2001.

Los servicios básicos comprenden distintos segmentos: los servicios postales básicos, que engloban a su vez el correo y la paquetería; y la reexpedición de flete, que comprende el transporte de cargamentos de peso superior a 50 kilos.

De acuerdo con la clasificación de la Comisión, la industria del transporte rápido comprende los siguientes segmentos:

- Distribución exprés: incluye la distribución de documentos y paquetes con garantía de entrega rápida y varios servicios de valor añadido, como la entrega o seguimiento del envío.
- Aparición de nuevos servicios, fruto de la evolución del sector, como servicios de entrega en día cierto para clientes industriales.
- Flete exprés: servicio similar a la distribución exprés, pero referido a expediciones superiores a 50 kilos.
- Logística: este segmento no incluye sólo el transporte de mercancías, sino también los servicios de planificación, desarrollo y control de flujos y el almacenamiento de mercancías, información y transacciones financieras.

La empresa notificante delimita el mercado relevante básicamente a aquel en el que opera la empresa absorbida, es decir los segmentos de paquetería empresarial (NACEX), paquetería industrial (INTEGRA2) y servicios logísticos (OPELOG). Reconoce tan sólo la existencia de “un cierto solapamiento” de actividades en este último segmento. Se alega por el notificante la inexistencia de sinergias y compatibilidades entre las distintas redes y canales que emplea la empresa absorbente (que opera en la distribución mayorista de tabaco, prensa, libros y servicios logísticos) con aquellos empleados por la empresa absorbida.

La definición del mercado de referencia puede ser objeto de dos aproximaciones alternativas y complementarias: los análisis de sustituibilidad por el lado de la oferta y de la demanda, habiendo sido ambos considerados en las decisiones de la Comisión Europea.

Un análisis del mercado por el lado de la demanda nos obligará a distinguir tres mercados concretos afectados por la operación: el mercado de la paquetería industrial; el mercado de la paquetería comercial y el mercado de los servicios logísticos. Desde esta óptica, se puede argumentar que los productos ofrecidos por la empresa absorbente y la absorbida son solamente sustitutivos imperfectos en uno de los mercados: el de los servicios logísticos.

Sin embargo un análisis por el lado de la oferta, puede alterar la delimitación de los mercados de referencia. El proceso de liberalización del sector, la

introducción de nuevas tecnologías y el comportamiento demostrado por los agentes que actúan en el sector, no permiten desde esta óptica aceptar una definición estrecha del mercado, reducida los segmentos de paquetería empresarial, industrial y servicios logísticos. Sólo con el marco de referencia del sector logístico en general se pueden comprender fenómenos como el proceso de alianzas y fusiones; el desarrollo de nuevos servicios de valor añadido o la política de precios de los distintos agentes.

5.2 El mercado geográfico de referencia

La Comunicación de la Comisión relativa a la definición del mercado relevante (DO C 372/5, de 9 de diciembre de 1997) establece en el párrafo 8 que: “El mercado geográfico de referencia comprende la zona en la que las empresas afectadas desarrollan actividades de suministro de los productos y de prestación de los servicios de referencia, en la que las condiciones de competencia son suficientemente homogéneas y que puede distinguirse de otras zonas geográficas próximas debido, en particular, a que las condiciones de competencia en ella prevalecientes son sensiblemente distintas a aquellas.”

El concepto de mercado geográfico se entiende referido a una sola variable: la delimitación física del territorio. La Comisión propone como método de delimitación del mismo, el análisis de la distribución de cuotas de mercado entre las partes y sus competidores; las características de la demanda y de la configuración de precios. Todo ello determinará si, empresas que operan en distintas zonas geográficas constituyen una fuente real de suministro alternativo para los consumidores.

En relación con el mercado geográfico de los servicios logísticos, la Comisión Europea ha mantenido en sus distintas decisiones que, en la actualidad, su ámbito es nacional. La Comisión establece este criterio¹⁴ sobre la base de las relaciones que mantienen las empresas tanto con sus clientes, como con sus proveedores. El proceso de alianzas que se viene produciendo en el seno de la Unión Europea no ha modificado esta delimitación ya que las empresas multinacionales establecen distintas políticas de precios, de distribución y de marketing en cada uno de los países donde actúan. Los clientes perciben los servicios, ya sean nacionales o internacionales, como locales. Aunque esta delimitación geográfica del mercado puede variar en el futuro a consecuencia de los procesos de fusiones, alianzas y de liberalización comunitaria que se está produciendo, todavía sigue vigente la delimitación del mercado relevante como

¹⁴ Ver decisiones de la Comisión: Deutsche Post/Danzas/ Nedlloyd (M.1513) 2000; PTT POST/TNT/ GD EXPRESS WORLDWIDE (M.843);1999

nacional, especialmente si tenemos en cuenta el marco legal distinto con el que nos encontramos aún en los diversos países. Téngase en cuenta que el marco legal da lugar a la creación de un espectro de derechos y obligaciones entre los operadores delimitando los derechos de propiedad.

Todos estos factores hacen que en la operación de concentración económica objeto del presente Informe, tanto las partes afectadas por la misma, como aquellos que han presentado alegaciones y este Tribunal, estén de acuerdo en considerar como mercado geográfico de referencia el mercado nacional.

6 EFECTOS DE LA CONCENTRACIÓN SOBRE LA COMPETENCIA

6.1 Barreras de Entrada

6.1.1 Mantenimiento de privilegios legales

Todavía subsisten en la actualidad restricciones legales que afectan a los mercados de la distribución de labores de tabaco, sello y timbre. Aunque se han ido eliminando ciertos privilegios en sucesivas modificaciones de la Ley de Ordenación del Mercado de Tabaco (LOMT), persisten ciertos privilegios que otorgan una ventaja comercial a ALTADIS, impidiendo de facto, en muchos casos, la entrada de competidores potenciales. Algunas de estas restricciones son las siguientes:

- Distribución de timbre y sellos: la Disposición Transitoria primera de la Ley del Servicio Postal Universal y de Liberalización de los Servicios Postales (LSPU) concede la distribución exclusiva de sello y timbre a LOGISTA por un periodo de cuatro años, que debería finalizar el 13 de julio de 2002. Sin embargo, no establece con claridad la forma de adjudicación del monopolio de distribución una vez finalizado este periodo. Las distintas fuentes consultadas por este Tribunal¹⁵ desconocen si se están elaborando o no las bases para un supuesto concurso, ni la forma precisa de adjudicación de éste.
- Distribución mayorista de labores de tabaco: En el Informe de este Tribunal C 42/99 LOGISTA/ MIDESA, se señalaba la introducción en la Ley 13/1998, de 4 de mayo, de Ordenación del Mercado de Tabaco (en

¹⁵ Comisionado para el Mercado de Tabaco; Ministerio de Fomento (Subdirección General de Ordenación Postal); Fabrica Nacional de Moneda y Timbre

adelante, LOMT), de restricciones para la importación y comercialización mayorista que dificultaban de facto la competencia en la distribución mayorista de labores de tabaco al primer canal. Algunas de estas restricciones han sido eliminadas con la aprobación del Real Decreto- Ley 6/2000, de 23 de junio, pero todavía subsisten privilegios legales que dificultan la introducción de competencia en este mercado:

- Se mantiene la prohibición a los distribuidores mayoristas de conceder ningún tipo de bonificaciones o incentivos a los estancos. De esta manera, se suprime la posible concesión de incentivos a los estancos para el cambio de proveedor.
- Mantenimiento del régimen de monopolio existente en la distribución minorista de tabacos y timbre, que supone la imposibilidad de suministro directo de los distribuidores mayoristas potenciales al “segundo canal” (puntos de venta con recargo).
- Se mantienen las restricciones a la introducción de publicidad en puntos de venta, bajo la amenaza de fuertes sanciones.
- Aunque se ha modificado la obligación de distribución a todo el territorio nacional, que ahora recae en el fabricante y no el distribuidor, existen fuertes inercias que dificultan que los fabricantes concedan la distribución de sus marcas en una determinada región o municipio a un operador distinto de LOGISTA, ya que éste sigue manteniendo una fuerte posición de dominio (control del 99% del mercado de la distribución de cigarrillos).

El cuadro siguiente muestra el volumen de negocio generado por la venta de efectos timbrados por parte de LOGISTA, así como el porcentaje correspondiente al segmento minorista (estancos):

Cuadro nº 23. VENTAS DE EFECTOS TIMBRADOS Y SIGNOS DE FRANQUEO REALIZADAS EN 2001. millones euros

	VENTAS	COMISIONES EN EXPENDIDURIAS 4%
Documentos Timbrados	150.251	6,010
Signos de franqueo	81.271	3,250
TOTALES	231.522	9,260

Fuente: Comisionado de Labores de Tabaco

El siguiente cuadro muestra la posición que ocupa LOGISTA en el mercado principal en el que opera, el de distribución de labores de tabaco.

Cuadro nº 24. RESUMEN 2001. VENTAS A EXPENDIDURIAS POR MAYORISTAS

UNIDADES						
MAYORISTA	CIGARRILLOS	CIGARROS	P. LIAR	P. PIPA	OTROS	TOTAL
COMET	214.320	100.553.277	65.637	9.335		
DITRALSA		126.328				
LOGISTA	4.538.080.992	1.030.336.912	32.206.958	2.503.813	427.777	
MC LANE	226.970	5.449.138		7.440		
TAMCO	76.530					
TOTALES	4.538.598.812	1.136.465.655	32.272.595	2.520.588	427.777	
EUROS *						
COMET	500.881,56	7.091.342,87	118.345,89	25.247,02		7.735.817,35
DITRALSA		632.363,76				632.363,76
LOGISTA	8.235.567.960,3	412.778.688,0	64.797.297	6.879.790,3	327.260	8.720.344.995
MC LANE	365.630,82	5.564.995,91		39.071,20		5.969.697,93
TAMCO	124,564,27					124.564,27
TOTALES	8.236.553.037,	426.067.390	64.915.642,	6.944.108,5	327.260	8.734.807.439

Fuente: Comisionado de Labores de Tabaco

* A P.V.P. en expendidurías de Tabaco y Timbre

Definiciones: CIGARRILLOS: Cajetillas equivalentes de 20 cigarrillos;

CIGARROS: Unidades; P LIAR: Bolsas o latas; P. PIPA: Bolsas o latas; OTROS: Bolsas o lata

Tal y como ponen de manifiesto ambos cuadros, LOGISTA mantiene una fuerte posición de dominio en la distribución de labores de tabaco, que se refuerza por los privilegios y restricciones que se mantienen en el ordenamiento jurídico. Por otra parte, el mantenimiento del monopolio de distribución de timbre concede a LOGISTA una fuente de ingresos adicional en este sector.

Hay que destacar que en el ámbito europeo, se han producido grandes fusiones y alianzas en el mercado de distribución mayorista del tabaco (TOBACCOLAND/HENKEL en Alemania y Austria¹⁶) que han tenido como resultado la imposición por parte de las autoridades de competencia de limitaciones en la cuota de mercado que podía mantener la empresa resultante de la fusión.

6.1.2 Incertidumbre sobre la evolución del marco regulador

La Ley del Servicio Postal Universal y de Liberalización de los Servicios Postales de 13 de julio de 1.998, establecía un conjunto de servicios reservados donde no regiría el principio de competencia. No establecía sin embargo un calendario taxativo de liberalización posterior.

En el ámbito comunitario se está discutiendo una propuesta de Directiva de Servicios Postales, donde se han enfrentado dos calendarios de liberalización opuestos: uno que pretendía una liberalización rápida que concluyese en el año 2005, y otro, propuesto por Alemania, que pretendía una liberalización paulatina que concluyese en el 2009. Aunque todavía no existe una versión definitiva de la Directiva, parece que será esta segunda tesis la que finalmente se impondrá. En principio, la liberalización afectará al sistema de precios regulado que establece la ley, que irá reduciendo progresivamente el diferencial de precios con respecto a las tarifas de correos que pueden ofrecer el resto de operadores y también al peso de los envíos urbanos e interurbanos que también se verá reducido progresivamente¹⁷.

Esta incertidumbre afecta a los operadores que pretenden competir con las empresas creadas tras la desaparición de los monopolios estatales (en España por ejemplo, VIA POSTAL), y permite retener a estos últimos su posición de dominio durante dicho plazo.

6.1.3 La Teoría de los Mercados Impugnables

A finales de los años setenta, el desarrollo de nuevos modelos de la Economía Industrial, que eliminaba algunas de las restricciones y postulados de la Economía Clásica, supuso una revolución para los fundamentos de las políticas de desregulación que se aplicaron en los años ochenta. Un modelo fundamental

¹⁶ En dicha fusión las autoridades alemanas limitaron la cuota de mercado de la nueva entidad al 60% del mercado mayorista de distribución.

¹⁷ Las fechas clave de la liberalización serán los años 2003, 2005 y 2009.

fue el expuesto por Baumol en 1977 y desarrollado posteriormente por Panzar y Willig en 1979: el modelo de los Mercados Impugnables¹⁸.

Las premisas fundamentales del modelo son las siguientes:

- Inexistencia de barreras de entrada o salida en el mercado
- Velocidad de reacción de los entrantes superior a la velocidad de reacción de las empresas instaladas.
- Velocidad de reacción de los consumidores superior a la velocidad de reacción de las empresas instaladas.

Estas premisas se cumplen en algunos de los segmentos del sector logístico (paquetería industrial y comercial, por ejemplo) al igual que ocurre en otros sectores de la economía¹⁹. Así, los operadores logísticos pueden, sin incurrir en costes adicionales relevantes, hacer operar ciertos servicios o líneas de estos segmentos donde no existen importantes barreras de entrada y de salida y donde, además, la sensibilidad al precio por parte de los consumidores es muy elevada, haciéndoles reaccionar rápidamente. Por otra parte, los operadores más dinámicos que diseñan esta estrategia actúan con mayor rapidez que muchas de las empresas instaladas.

Un efecto secundario posible que se puede producir en esta estructura de mercado es el incentivo que otorga a los entrantes potenciales para utilizar estrategias predatorias (hit and run) para obtener beneficios extraordinarios y salir posteriormente del mercado. El notificante reconoce este peligro en el informe económico que adjunta, aunque minimiza el riesgo de aparición del mismo.

En este tipo de estructuras se suele producir competencia por el mercado y no necesariamente competencia en el mercado, entendiéndose por éste, cualquier subsegmento o servicio del sector. Esta conducta es perfectamente posible en el caso del sector logístico, ya que los grandes operadores, diversificados en conglomerado, pueden intentar atrapar cualquier subsegmento (paquetería empresarial, courier....) utilizando los recursos y capacidades que poseen como grupo.

Estas características del mercado son procompetitivas, pero en el caso que estamos considerando, Logista puede aprovechar sus ingresos en el sector de la distribución del tabaco para, quizás, impedir la entrada de competidores mediante subsidios cruzados. Téngase en cuenta que los subsidios entre se

¹⁸Akerloff: "Contestable Markets"; Bell Journal of Economics (1.979)

¹⁹ Sector aéreo; sector de telecomunicaciones; banca al por mayor

secciones de una misma empresa o entre filiales de un mismo grupo empresarial puede usarse con fines predatorios por empresas que, habiendo gozado de un monopolio legal en alguna o algunas de sus líneas de actividad, venden otros productos en mercados más abiertos a la competencia. El derecho de la competencia mira con especial precaución este tipo de actuaciones.

Por ello, sería conveniente vigilar la separación estricta de la contabilización entre las secciones del tabaco y el resto de los productos con el fin de poder controlar y prevenir este aspecto potencialmente peligroso con respecto a la implantación de una competencia efectiva en los diferentes mercados de producto en las que Logista participa.

6.2 Elementos que podrían contrarrestar los efectos negativos sobre la competencia

6.2.1 Dinamismo y expansión del sector logístico

El sector logístico está experimentando una etapa de expansión que probablemente se prolongará en el tiempo. Particularmente en España, dada la situación de cierto atraso comparativo respecto a las principales tendencias europeas (contratación externa de los servicios logísticos; comercio electrónico...), la curva de crecimiento será más prolongada.

Este fenómeno puede atenuar algunos de los riesgos apuntados en el epígrafe relativo a las barreras de entrada. En concreto, la posibilidad de aparición de estrategias predatorias por parte de los entrantes en el mercado es menor, ya que estas políticas no serían sostenibles en el tiempo, en un contexto de fuertes operadores capaces de hacer frente a este tipo de actuaciones²⁰.

6.2.2 Capacidad financiera de los rivales potenciales de LOGISTA

Los cuadros 1 y 14 aportados en el presente Informe, junto con el anexo 1 del mismo, muestran el complicado entramado de alianzas y fusiones que se está produciendo en el sector logístico. El cuadro 1 pone de manifiesto el potencial financiero de los rivales directos del Grupo LOGISTA en este mercado. En este contexto, la formación de un conglomerado diversificado como el que es objeto de la presente operación de concentración supone la introducción de mayor

²⁰ Schmalensee: "Practices in the segment of Ready-to-eat-cereals"; BJE; 1992

competencia en el sector logístico en el ámbito comunitario y en el mercado español.

7 CONCLUSIONES

PRIMERA: El mercado relevante de producto afectado por la operación de concentración es el sector logístico. Aunque la empresa adquirida sólo opere en los subsegmentos de paquetería empresarial e industrial y de servicios logísticos, existen factores dinámicos y estructurales que afectan al sector que obligan a realizar una definición más amplia del mercado afectado.

En efecto, el proceso de liberalización del transporte y de los servicios postales, la introducción de nuevas tecnologías, el impacto de comercio electrónico y el proceso de alianzas y concentraciones entre operadores que operaban tradicionalmente en algunos de los subsectores, justifican la definición de un mercado más amplio.

El análisis de sustituibilidad de productos por el lado de la demanda permite la identificación de tres subsegmentos del mercado que se ven directamente afectados por la operación: el mercado de paquetería industrial, el mercado de paquetería comercial y el mercado de servicios logísticos.

SEGUNDA: El mercado geográfico relevante es el nacional, ya que tanto la percepción de clientes y de proveedores; como la definición de las políticas de precios, de distribución y de marketing, así como el diferente marco legal, se establece a escala nacional por los operadores que operan en distintos mercados. Tales diferencias regulatorias tienden con el tiempo a difuminarse en el ámbito de la construcción de la Unión Económica y Monetaria Europea por lo que no se descarta que en el futuro pueda ser de ámbito europeo.

TERCERA: Ámbito de aplicación de la cláusula de no competencia. El mercado afectado por la operación está sometido a un intenso proceso de cambio, como consecuencia de la introducción de nuevas tecnologías, del comercio electrónico y del proceso de liberalización que se está llevando a cabo, tanto en el ámbito

comunitario, como en el nacional. El sector logístico es uno de los más dinámicos de la economía, con tasas de crecimiento anual del 20%.

Puesto que la Comisión Europea establece determinados criterios para la aplicación del plazo de la cláusula de prohibición de competencia a un tiempo superior de tres años, no existiendo una duración absoluta de la prohibición de competencia, sino que ésta depende del mercado de producto afectado por la operación de concentración y de sus circunstancias, este Tribunal considera que el ámbito temporal de aplicación de la cláusula de no competencia debería reducirse a tres años.

CUARTA: Existencia de una superposición de normas jurídicas aplicables al sector. La Ley de Ordenación de los Transportes Terrestres de 1998, y su normativa de desarrollo, y la Ley del Servicio Postal Universal y de Liberalización de los Servicios Postales, de 13 de julio de 1999 ha generado un marco jurídico ambiguo, que distorsiona el ámbito de aplicación de las normas. El problema se ve acentuado por la inexistencia de una autoridad reguladora del Mercado Postal, ya que siguen existiendo diversos organismos con competencias en la materia, sin que haya una asignación clara de la vigilancia de cumplimiento de las normas a ninguno de ellos.

QUINTA: Gran dinamismo del sector logístico. En los últimos diez años este sector ha experimentado una profunda transformación como consecuencia del impacto del comercio electrónico, de las nuevas tecnologías y del proceso de liberalización llevado a cabo. Todo esto ha provocado un proceso de contratación externa de los servicios logísticos por parte de un gran número de empresas y por lo tanto una mayor demanda de estos servicios. Al mismo tiempo se están produciendo en el ámbito comunitario y español un gran número de alianzas y fusiones entre operadores.

SEXTA: Dos elementos críticos para el desarrollo del sector logístico son la posesión de estructuras de almacenaje y de redes de transporte y de comunicaciones extensas. Estos elementos constituyen dos de las principales fortalezas de LOGISTA, que ha heredado del antiguo monopolio legal (TABACALERA)

y que ha consolidado en parte gracias a las excepciones legales que todavía persisten en el marco jurídico vigente. La operación de concentración objeto de este informe permitirá a esta empresa diversificarse y poder emplear más eficientemente su red de transportes y su sistema de almacenaje.

SÉPTIMA:

Se mantienen en la legislación privilegios que favorecen la posición de LOGISTA en sus mercados tradicionales de distribución mayorista de labores de tabaco, sello y timbre. El [...] de los beneficios económicos de esta empresa provienen de estos segmentos y parece necesario introducir medidas liberalizadoras que garanticen la competencia efectiva en todos los mercados. El proceso de diversificación de LOGISTA no se vería empañado si no fuese porque la mayor parte de sus beneficios se obtienen de sectores donde persisten reservas legales a su favor. Estos privilegios son los siguientes:

- Se mantiene la prohibición a los distribuidores mayoristas de conceder ningún tipo de bonificaciones o incentivos a los estancos. De esta manera, se suprime la posible concesión de incentivos a los estancos para el cambio de proveedor.
- Mantenimiento del régimen de monopolio existente en la distribución minorista de tabacos y timbre, que supone la imposibilidad de suministro directo de los distribuidores mayoristas potenciales al “segundo canal” (puntos de venta con recargo).
- Se mantienen las restricciones a la introducción de publicidad en puntos de venta, bajo la amenaza de fuertes sanciones.
- Aunque se ha modificado la obligación de distribución a todo el territorio nacional, que ahora recae en el fabricante y no el distribuidor, existen fuertes inercias que dificultan que los fabricantes concedan la distribución de sus marcas en una determinada región o municipio a un operador distinto de LOGISTA, ya que éste sigue manteniendo una fuerte posición de dominio

(control del 99% del mercado de la distribución de cigarrillos).

- No es evidente la desaparición de la concesión de la distribución exclusiva de sello y timbre a favor de LOGISTA, establecida por la Ley del Servicio Postal Universal y de liberalización de los Servicios Postales (Disposición Transitoria 4^a), prevista para el 14 de julio de 2002.

Por ello, en base a lo expuesto en esta conclusión séptima el Tribunal también considera conveniente la estricta separación contable entre las secciones de distribución mayorista de labores de tabaco, sello y timbre, y el resto de las actividades al objeto de prevenir los subsidios intraempresa.

Por cuanto antecede, el Tribunal de Defensa de la Competencia, dando cumplimiento a lo establecido en el artículo 17 de la LDC, ha acordado remitir al Excmo. Sr. Vicepresidente Segundo del Gobierno y Ministro de Economía para su elevación al Gobierno el siguiente

DICTAMEN

El Pleno del Tribunal, una vez estimados los efectos que podría causar sobre la competencia en los mercados afectados la concentración económica objeto del presente Informe, considera que resulta adecuado declarar procedente la operación notificada. No obstante, el Tribunal juzga conveniente que el ámbito temporal de aplicación de la cláusula de no competencia se reduzca a tres años y que, por otra parte, se establezca una estricta separación contable entre las secciones de distribución mayorista de tabaco, sello y timbre y el resto de actividades.

Madrid, 18 de marzo de 2002