



INFORME DEL SERVICIO DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

N-05108

TNT / TRESPERTRANS

Con fecha 13 de diciembre de 2005, ha tenido entrada en este Servicio de Defensa de la Competencia notificación relativa al proyecto de operación de concentración económica consistente en la toma de control exclusivo de TRESPERTRANS, S.L., matriz del grupo TRANSCAMER, por parte de TNT WORLDWIDE (SPAIN), S.L.

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

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

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

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.

Según lo anterior, la fecha límite para remitir el expediente al Tribunal de Defensa de la Competencia es el **13 de enero de 2006**, inclusive. Transcurrida dicha fecha, la operación notificada se considerará tácitamente autorizada.

I. NATURALEZA DE LA OPERACIÓN

La operación de concentración notificada consiste en la adquisición por TNT WORLDWIDE (SPAIN), S.L. de la totalidad del capital social de TRESPERTRANS, S.L., accionista único de TG PLUS TRANSCAMERGOMEZ, SAU y cabecera del denominado GRUPO TRANSCAMER.

El contrato de compraventa de acciones firmado entre las partes el 5 de diciembre de 2005 contiene como condición suspensiva para el perfeccionamiento de la operación la obtención de la correspondiente autorización por parte de la autoridad española de defensa de la competencia.



II. RESTRICCIONES ACCESORIAS

II.1. Cláusula de no competencia

En la estipulación 11 del contrato de compraventa, la mayor parte de los vendedores de las acciones de TRESPERTRANS, S.L. se comprometen a no realizar actividad alguna en el sector de [...] ¹, de forma individual o colectiva, durante un periodo de [no superior a tres años] a contar desde la fecha de cierre de la operación. De dicho compromiso queda excluida expresamente la sociedad [...].

II.2. Cláusula de no captación

La estipulación 11 del contrato de compraventa incluye asimismo en su párrafo tercero un pacto de no captación, según el cual, la mayor parte de los vendedores se comprometen a no solicitar los servicios, contratar o vincular de cualquier otra forma, directa o indirectamente, [...].

II.3. Valoración

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

Teniendo en cuenta los precedentes nacionales y comunitarios, así como la Comunicación de la Comisión sobre las restricciones directamente relacionadas y necesarias para las operaciones de concentración (2005/C 56/03) se considera que en el presente caso el contenido, el ámbito geográfico de aplicación y la duración de los pactos de no competencia y no captación no van más allá de lo que de forma razonable exige la operación de concentración notificada considerándose, por tanto, como parte integrante de la operación.

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

De acuerdo con el notificante, la operación no entra en el ámbito de aplicación del Reglamento (CE) nº 139/2004 del Consejo, de 20 de enero de 2004, sobre el control de las concentraciones entre empresas (DOUE L-24/1, de 29.1.2004), por lo que carece de dimensión comunitaria.

La operación notificada cumple, sin embargo, 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 misma.

IV. EMPRESAS PARTÍCIPES

IV.1. TNT WORLDWIDE (SPAIN), S.L. (“TNT”)

TNT es una sociedad domiciliada en España, perteneciente al grupo holandés de igual nombre, cuya matriz TNT NV cotiza en las Bolsas de Ámsterdam, Frankfurt, Londres y Nueva York. El Gobierno holandés es titular de aproximadamente un [...] del capital social de TNT NV, encontrándose el resto de las acciones repartidas entre fondos de pensiones, sociedades de inversión y particulares, no disponiendo ninguno de ellos de un porcentaje superior al [...] de su capital social

¹ Se indica entre corchetes aquellas partes del informe cuyo contenido exacto ha sido declarado confidencial.



El grupo TNT es resultado de la escisión en junio de 1998 del grupo KONINKLIJKE PTT NEDERLAND N.V. (grupo KPN) en dos entidades: KPN (telecomunicaciones) y TNT (servicios postales y de transporte). En concreto, las actividades del grupo TNT se centran en tres grandes segmentos: servicios postales (prestados a través de su división ROYAL TPG POST²), mensajería y paquetería (a través de TNT EXPRESS) y servicios logísticos (TNT LOGISTICS).

El grupo TNT opera en todo el mundo. En España, ofrece servicios postales, de mensajería y paquetería y de logística.

Los servicios postales ofrecidos por el grupo TNT en España son principalmente servicios de correo internacional, prestados a través de SPRING, empresa en participación constituida en 2001³ y en cuyo capital social dispone de una participación del 51%. Los otros accionistas de SPRING son el operador británico ROYAL MAIL GROUP PLC y SINGAPORE POST PRIVATE LIMITED, que conjuntamente detentan el 49% restante.

Las actividades de mensajería y paquetería de TNT en España se centran en la prestación de servicios de transporte urgente de paquetería a nivel nacional e internacional, servicios incluidos en el segmento de la paquetería empresarial.

En cuanto a las actividades logísticas, son prestadas a través de TNT LOGISTICS ESPAÑA, S.A. y consisten esencialmente en el diseño y gestión de la cadena de suministro mediante la prestación de servicios muy variados. Los principales sectores a los que TNT LOGISTICS ESPAÑA, S.A. presta sus servicios son los de automoción, electrónica y telecomunicaciones⁴.

El volumen de ventas del grupo TNT en los tres últimos ejercicios económicos, conforme a lo establecido en el Art.3 del R.D. 1443/2001, fue el siguiente:

VOLUMEN DE VENTAS DEL GRUPO TNT (Millones euros)			
	2002	2003	2004
Mundial	[>5000]	[>5000]	[>5000]
Unión Europea	[>250]	[>250]	[>250]
España	[>60]	[>60]	[>60]

Fuente: Notificación

IV.2. TRESPERTRANS, S.L.

TRESPERTRANS es una sociedad española, cuyo capital social está en manos de varias personas físicas y jurídicas entre las que se encuentra la sociedad inglesa de capital riesgo 3i GROUP.

² ROYAL TPG POST, anteriormente denominado PTT POST es el operador postal público en Holanda.

³ La constitución de dicha empresa fue notificada a la Comisión el 24 de julio de 2000 (Caso nº COMP/M.1915 POST OFFICE/TNT GROUP/SINGAPORE POST), siendo declarada compatible con el mercado común según el artículo 8 (2) del Reglamento comunitario nº 4064/89 el 13 de marzo de 2001.

⁴ El grupo TPG ha anunciado recientemente su intención de desprenderse de su división de logística a nivel mundial. TPG espera que dicha intención se vea completada en la segunda mitad de 2006.



TRESPERTRANS es la sociedad holding del denominado GRUPO TRASCAMER, constituido por las compañías españolas TG PLUS TRASCAMERGOMEZ, SAU y TRASCAMERGOMEZ SEVILLA, S.L.

Las actividades del grupo TRASCAMER se centran en la prestación de servicios de paquetería por carretera y con plazos de entrega de 24 a 48 horas, principalmente en España, donde realiza el [...] de su actividad. Estos servicios se integran en el segmento de la paquetería industrial.

Para el ejercicio de su actividad, TRASCAMER dispone de [...] delegaciones propias distribuidas por el territorio nacional, habiendo suscrito contratos de distribución para determinadas áreas geográficas con compañías de transporte independientes. A nivel internacional, TRASCAMER ha firmado un acuerdo de distribución con UPS, para bultos hasta 5 Kgs.

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

VOLUMEN DE VENTAS DEL GRUPO TRASCAMER (Millones euros)			
	2002*	2003*	2004**
Mundial	[<5000]	[<5000]	[<5000]
Unión Europea	[<250]	[<250]	[<250]
España	[>60]	[>60]	[>60]

Fuente: Notificación

* Cifras de ventas agregadas

** Cifras de ventas consolidadas

V. MERCADO RELEVANTE

V.1. Mercado de producto

El ámbito económico en el que se desarrolla la operación de concentración analizada está constituido por los servicios de distribución de documentos y paquetes.

Las autoridades españolas de defensa de la competencia⁵ han considerado⁶ que los factores dinámicos y estructurales que afectan a dicho ámbito hacen cada vez más difícil de mantener las segmentaciones más estrechas planteadas, por lo que proponen una definición más amplia del mercado.

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

⁶ Informe del TDC de 18 de marzo de 2002 en el asunto C62/02 LOGISTA/ BURGAL y los posteriores informes del SDC en los casos N-248 CORREOS/ CHRONOEXPRES, N-262 CHRONOEXPRES/ SERVIPACK, N-03064 INVESTGI/ DEUTSCHE POST/ DHL/ DANZAS y N-04033 GEOPOST/SEUR/SEUR MADRID.



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.

No obstante, un análisis de sustituibilidad de servicios 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 del grupo TRANSCAMER se centran en la prestación de servicios de paquetería industrial, mientras que el grupo TNT ofrece servicios logísticos así como servicios de mensajería y paquetería urgente a nivel nacional e internacional, actividades que se integran en el ámbito de la paquetería empresarial.

Por todo lo anterior, este servicio analizará la incidencia de la operación notificada en el mercado de servicios de mensajería y paquetería, aportando información tanto de la paquetería empresarial como industrial.



V.2 Mercado geográfico

Tanto la Comisión como las autoridades españolas de defensa de la competencia consideran 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 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 la información aportada por los notificantes basada en el informe elaborado por la consultora DBK sobre Mensajería y Paquetería en España en julio de 2005, el volumen total de negocio generado en el mercado de los servicios de mensajería y paquetería ascendió en 2004 a 5.720 M. de Euros.

Por segmentos, las actividades de paquetería empresarial e industrial generaron respectivamente una facturación de 3.179 y 2.541 M. de Euros.

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 principales del mercado español pertenecen a grandes grupos que tienen una dimensión empresarial y un poder financiero significativo y que participan en redes internacionales de carácter cooperativo. Tal es el caso de SEUR, GUIPUZCOANA y DHL (Grupo DEUTSCHE POST), CORREOS o TNT.

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

ESTRUCTURA DEL MERCADO ESPAÑOL DE MENSAJERÍA Y PAQUETERÍA*. 2004		
Operador	Valor (Millones Euros)	Cuota
DHL IBERIA	[...]	[0-10%]
SEUR	[...]	[0-10%]
MRW	[...]	[0-10%]
AZKAR	[...]	[0-10%]
INTEGRA 2	[...]	[0-10%]
GEFCO	[...]	[0-10%]
TNT	[...]	[0-10%]
MEX	[...]	[0-10%]
CORREOS	[...]	[0-10%]
NACEX	[...]	[0-10%]
TDN	[...]	[0-10%]
TRANSCAMER	[...]	[0-10%]
CHRONOEXPRES	[...]	[0-10%]
Otros
TOTAL MERCADO	5.720	100%

Fuente: Notificante, según datos extraídos del informe "Mensajería y Paquetería" de DBK. Julio 2005

* Incluye la facturación de los servicios prestados intragrupo.

ESTRUCTURA DEL MERCADO ESPAÑOL DE LA PAQUETERÍA EMPRESARIAL*. 2004		
Operador	Valor (Millones Euros)	Cuota
SEUR	[...]	[10-20%]
MRW	[...]	[10-20%]
DHL IBERIA	[...]	[0-10%]
TNT	[...]	[0-10%]
MEX	[...]	[0-10%]
CORREOS	[...]	[0-10%]
NACEX	[...]	[0-10%]
CHRONOEXPRES	[...]	[0-10%]
TIPSA	[...]	[0-10%]
HALCOURIER	[...]	[0-10%]
UPS	[...]	[0-10%]

ESTRUCTURA DEL MERCADO ESPAÑOL DE LA PAQUETERÍA EMPRESARIAL*. 2004		
Operador	Valor (Millones Euros)	Cuota
ASM	[...]	[0-10%]
Otros
TOTAL MERCADO	3.179	100%

Fuente: Notificante, según datos extraídos del informe "Mensajería y Paquetería" de DBK. Julio 2005

* Incluye la facturación de los servicios prestados intragrupo.

ESTRUCTURA DEL MERCADO ESPAÑOL DE LA PAQUETERÍA INDUSTRIAL*. 2004		
Operador	Valor (Millones Euros)	Cuota
DHL IBERIA	[...]	[10-20%]
AZKAR	[...]	[10-20%]
INTEGRA 2	[...]	[0-10%]
GEFCO	[...]	[0-10%]
TDN	[...]	[0-10%]
TRANSCAMER	[...]	[0-10%]
CBL	[...]	[0-10%]
OCHOA	[...]	[0-10%]
GEODIS IBERIA	[...]	[0-10%]
TRANSERRA	[...]	[0-10%]
Otros
TOTAL MERCADO	2.541	100%

Fuente: Fuente: Notificante, según datos extraídos del informe "Mensajería y Paquetería" de DBK. Julio 2005.

* Incluye la facturación de los servicios prestados intragrupo.

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.



Debe señalarse, en todo caso, 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 liberalizados⁷ 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.

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 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.

⁷ 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.



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.

Adicionalmente conviene mencionar la permeabilidad existente entre las empresas que operan en sectores de actividad cercanos, 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 la toma de control exclusivo del grupo TRANSCAMER por parte de TNT WORLDWIDE (SPAIN), S.L., filial del grupo holandés TNT.

La operación reforzará la presencia del grupo adquirente en el mercado español de la mensajería y paquetería, ampliando el ámbito de sus actividades en España mediante su introducción en el segmento de la paquetería industrial en el que no estaba presente con anterioridad.

Así, la adquirente suma a su cuota del [0-10%] en el mercado de servicios de paquetería y mensajería [0-10] puntos correspondientes a la adquirida. Ahora bien, TNT no ve incrementada su posición en el segmento de paquetería empresarial ([0-10%]) en el que no opera la adquirida, como resultado de la operación notificada. Por su parte, la entidad resultante tampoco tendrá una cuota superior a la de TRANSCAMER en el segmento industrial ([0-10%]) en la medida en que TNT no opera en el mismo.

El mercado español de mensajería y paquetería se caracteriza por presentar una estructura relativamente atomizada. En él se encuentran presentes importantes grupos 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, que sin duda contribuyen al mantenimiento de la competencia en el mercado.

Junto a esta competencia actual, es preciso tener en cuenta la competencia potencial de operadores que se encuentran activos en sectores de actividad próximos al mercado de la mensajería y paquetería, como el del transporte de mercancías, de los servicios postales o logísticos, y que podrían ampliar su negocio a este mercado.

Además, se trata de un mercado que no presenta barreras infranqueables a la entrada de nuevos competidores, en la medida que no es ni siquiera necesario contar con una red propia, sino que se pueden emplear, y de hecho se emplean, corresponsales externos, exclusivos o no.

De esta forma, no cabe considerar que como consecuencia de la operación notificada desaparezca competidor significativo alguno y, en consecuencia, tampoco la eliminación de una presión competitiva que afecte a la competencia efectiva ni que propicie un incremento del riesgo de coordinación entre los restantes operadores.

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



VIII. PROPUESTA

En atención a todo lo anterior, se propone **no remitir** el expediente de referencia al Tribunal de Defensa de la Competencia para su informe en aplicación del apartado 1 del artículo 15 bis de la Ley 16/1989, de 17 de julio, de Defensa de la Competencia, por lo que la operación de concentración notificada quedaría tácitamente autorizada conforme al apartado 2 del mencionado artículo.