

Resumen de la Decisión de la Comisión**de 8 de enero de 2016****por la que una operación de concentración se declara compatible con el mercado interior y el funcionamiento del Acuerdo EEE****(Asunto M.7630 — FedEx/TNT Express)**

[notificada con el número C(2015) 9826]

(El texto en lengua inglesa es el único auténtico)

(Texto pertinente a efectos del EEE)

(2016/C 450/09)

El 8 de enero de 2016, la Comisión adoptó una Decisión sobre un asunto de concentración entre empresas, de conformidad con el Reglamento (CE) n.º 139/2004 del Consejo, de 20 de enero de 2004, sobre el control de las concentraciones entre empresas⁽¹⁾, y en particular su artículo 8, apartado 1. Una versión no confidencial de la Decisión completa en la lengua auténtica del asunto puede consultarse en el sitio web de la Dirección General de Competencia, en la siguiente dirección: http://ec.europa.eu/comm/competition/index_en.html.

I. LAS PARTES

- (1) FedEx Corporation (en lo sucesivo, «FedEx»), con sede en los Estados Unidos de América, ofrece a clientes particulares y empresas de todo el mundo una amplia gama de servicios de transporte, servicios de comercio electrónico y servicios empresariales. La red de FedEx en el ámbito del EEE tiene su centro principal de operaciones aéreas en París. TNT Express NV (en lo sucesivo, «TNT»), con sede en los Países Bajos, desarrolla su actividad en los sectores de envío de pequeña paquetería y transporte de mercancías. La red europea de TNT tiene su centro principal de operaciones aéreas en Lieja, Bélgica.

II. LA OPERACIÓN Y LA DIMENSIÓN UE

- (2) El 7 de abril de 2015, FedEx y TNT (en lo sucesivo, «las partes» o «la entidad resultante de la concentración», según corresponda) comunicaron que habían alcanzado un acuerdo condicional basado en una oferta pública de FedEx por la totalidad de las acciones emitidas y en circulación del capital de TNT con el fin de que FedEx adquiriese el control de TNT (en lo sucesivo, «la operación»).
- (3) La operación consiste en la adquisición del control exclusivo de TNT por parte de FedEx y constituye una concentración a tenor de lo dispuesto en el artículo 3, apartado 1, letra b), del Reglamento (CE) n.º 139/2004 (en lo sucesivo, «el Reglamento de concentraciones»). Dicha operación tiene una dimensión de interés para la Unión de conformidad con el artículo 1, apartado 2, del Reglamento de concentraciones.

III. PROCEDIMIENTO

- (4) El 26 de junio de 2015, la operación se notificó oficialmente a la Comisión con arreglo a lo dispuesto en el artículo 4 del Reglamento de concentraciones.
- (5) El 31 de julio de 2015, la Comisión constató que la operación planteaba serias dudas en cuanto a su compatibilidad con el mercado interior y adoptó una decisión por la que se incoaba un procedimiento en virtud del artículo 6, apartado 1, letra c), del Reglamento de concentraciones (en lo sucesivo, «la decisión de incoación del procedimiento»).
- (6) Las partes presentaron por escrito sus observaciones a la decisión de incoación del procedimiento el 12 de agosto de 2015 y ese mismo día, a petición de las partes, se amplió en veinte días laborables el plazo fijado para la adopción de una decisión definitiva en el asunto, de conformidad con el artículo 10, apartado 3, del Reglamento de concentraciones.
- (7) Por decisión del consejero auditor de fecha 21 de octubre de 2015, se reconoció a UPS como tercero interesado con arreglo a lo dispuesto en el artículo 18, apartado 4, del Reglamento de concentraciones.
- (8) La investigación pormenorizada permitió disipar las dudas en materia de competencia señaladas de forma preliminar en la decisión de incoación del procedimiento. No se adoptó un pliego de cargos.
- (9) El proyecto de decisión se debatió con los Estados miembros en la reunión del 11 de diciembre de 2015 del Comité consultivo de concentraciones, que emitió un dictamen favorable. El consejero auditor emitió su dictamen favorable sobre el procedimiento en el informe que presentó el 18 de diciembre de 2015.
- (10) El 8 de enero de 2016, la Comisión adoptó una decisión en virtud del artículo 8, apartado 1, del Reglamento de concentraciones, por la que declaraba la concentración compatible con el mercado interior y con el Acuerdo EEE (en lo sucesivo, «Decisión»).

⁽¹⁾ DO L 24 de 29.1.2004, p. 1.

IV. EVALUACIÓN DESDE EL PUNTO DE VISTA DE LA COMPETENCIA

A. Introducción

- (11) La Decisión se centra en el mercado de servicios de pequeña paquetería. Cualquier posible solapamiento entre las actividades de las partes en los ámbitos del transporte de mercancías y los servicios de transitorios no afecta a ningún mercado.
- (12) Tanto FedEx como TNT prestan servicios de pequeña paquetería dentro del EEE y desde el EEE a otros destinos internacionales. Ambas empresas son lo que se denomina «integradores», es decir, poseen pleno control operativo de todos los medios de transporte, suficiente cobertura geográfica a escala mundial, un modelo radial de explotación, una red informática propia y una sólida reputación de fiabilidad y puntualidad en las entregas de pequeña paquetería (la denominada credibilidad «de extremo a extremo»). Los otros dos integradores existentes son DHL y UPS.

B. Mercados de referencia

Mercados de productos de referencia

- (13) En consonancia con la anterior práctica decisoria de la Comisión⁽¹⁾, el mercado de referencia para los servicios de pequeña paquetería comprende envíos de hasta 31,5 kg de peso. La Comisión distingue entre diversos mercados en función de si los paquetes recogidos en un país del EEE se entregarán dentro del mismo país (mercados nacionales), en otro país del EEE (mercados internacionales dentro del EEE) o en un país no perteneciente al EEE (mercados de servicios fuera del EEE).
- (14) En asuntos anteriores, concretamente al evaluar los mercados internacionales dentro del EEE, la Comisión estableció asimismo una distinción entre el mercado de servicios de entrega urgente (con compromiso de entrega al día siguiente) y el mercado de servicios de entrega estándar/diferida (con mayor plazo de entrega)⁽²⁾. Estas conclusiones se basaron, entre otros, en el hecho de que la prestación de estos dos tipos de servicios requiere distintas infraestructuras, de que un considerable número de clientes depende de los servicios de entrega urgente y de que el precio de estos últimos es también bastante más elevado.
- (15) En el presente asunto, habida cuenta de los importantes solapamientos existentes entre las partes en cuanto a la prestación de servicios fuera del EEE, la Comisión llevó a cabo una amplia investigación de los mencionados mercados que no se habían evaluado a fondo con anterioridad.
- (16) En el caso de los integradores, tanto los envíos urgentes (es decir, el servicio de entrega garantizada más rápido posible) como los envíos estándar (servicio más lento, pero de alta fiabilidad y con entrega en un día determinado) de pequeña paquetería fuera del EEE utilizan básicamente la misma red y las mismas fases de la cadena de suministro (entre ellas la clasificación en los centros de operaciones aéreas, el transporte en vuelos de larga distancia y el despacho de aduanas) en su recorrido hacia los diferentes destinos intercontinentales. Además, todos los integradores compiten directamente por los dos tipos de servicios y se hallaron indicios de que los precios de los servicios de entrega urgente y estándar fuera del EEE evolucionan a la par, de modo que ambos podrían formar parte del mismo mercado. Sobre esta base, la Comisión consideró que los servicios de entrega urgente y estándar constituyen segmentos del mismo mercado fuera del EEE.
- (17) Desde el punto de vista de los destinos, si bien la Comisión dejó abierta la definición del mercado de productos, evaluó las repercusiones de la operación tanto a escala mundial como en el ámbito de las principales rutas comerciales (América del Norte, América Central y del Sur, África, Asia/Pacífico, Oriente Próximo y resto de Europa).

Mercados geográficos de referencia

- (18) En cuanto a la definición del mercado geográfico, es decir, del origen de los envíos, en consonancia con la decisión adoptada en el asunto UPS/TNT, la Comisión concluyó que el mercado internacional de envíos urgentes dentro del EEE es de ámbito nacional. También se llevó a cabo una evaluación a escala nacional de las repercusiones de la operación con respecto a los mercados de servicios de pequeña paquetería fuera del EEE. Sin embargo, dado que se trata de una industria de red y que las redes aéreas desempeñan un papel fundamental en los envíos intercontinentales, la evaluación desde el punto de vista de la competencia de los servicios de pequeña paquetería fuera del EEE también tuvo en cuenta los servicios prestados dentro del EEE.

1. Servicios de pequeña paquetería dentro del EEE

- (19) Los servicios internacionales de entrega urgente de pequeña paquetería dentro del EEE constituyen una industria de red que exige tener presencia en todos los países del EEE. Esta presencia necesaria implica, a su vez, inversiones en infraestructuras a lo largo de toda la cadena de valor (desde la recogida, clasificación, transporte, centros de distribución, red aérea y aviones, hasta la entrega). Los integradores ejercen un férreo control sobre su red y son los únicos que disponen de una red ininterrumpida de servicios urgentes que abarca todos los países del EEE. En su evaluación de las capacidades competitivas de las distintas categorías de competidores de las partes en los mercados internacionales de entrega urgente dentro del EEE, la Comisión constató, de acuerdo con los resultados de la investigación de mercado, que los prestadores de servicios de pequeña paquetería no integrados suelen ejercer

⁽¹⁾ Véase, por ejemplo, la Decisión de la Comisión, de 30 de enero de 2013, en el asunto COMP/M.6570 — UPS/TNT Express (en lo sucesivo, «UPS/TNT»), considerando 164.

⁽²⁾ Véase, entre otros, UPS/TNT, considerando 219.

escasa presión competitiva sobre las partes. Así pues, la Comisión ha adoptado un enfoque prudente y ha limitado su evaluación de los efectos de la operación sobre la competencia en el ámbito de los servicios internacionales de entrega urgente dentro del EEE en los distintos países del EEE a la presión competitiva que ejercen entre sí los cuatro integradores.

- a) La posición de la entidad resultante de la concentración en los mercados de servicios internacionales de entrega urgente dentro del EEE sería moderada

(20) Habida cuenta de las limitaciones inherentes de los datos sobre cuotas de mercado facilitados por FedEx a efectos de la evaluación desde el punto de vista de la competencia en el presente asunto y en consonancia con el enfoque adoptado en el asunto UPS/TNT, la Comisión llevó a cabo un ejercicio de reconstrucción del mercado. Dentro del EEE, la entidad resultante de la concentración tendría una cuota de mercado inferior al 30 %. Seguiría siendo el más débil de los tres integradores restantes y, por tanto, ocuparía el tercer lugar por detrás de DHL y UPS. A nivel nacional, la entidad resultante de la concentración no tendría una cuota de mercado superior al 40 % con arreglo al volumen de negocios de 2014 ni pasaría a ser el operador principal en ninguno de los treinta mercados nacionales del EEE investigados⁽¹⁾.

- b) FedEx y TNT no son competidores especialmente cercanos por lo que respecta a los servicios internacionales de entrega urgente dentro del EEE.

(21) Aunque tanto FedEx como TNT son integradores y, por consiguiente, compiten entre sí en el ámbito de los servicios internacionales de entrega urgente dentro del EEE en los treinta mercados nacionales del EEE, la Comisión concluyó que las partes no son competidores especialmente cercanos.

(22) Por un lado, la actividad empresarial de FedEx se centra en clientes con importantes necesidades de envío fuera del EEE. La mayoría de los ingresos de FedEx por servicios internacionales urgentes dentro del EEE proceden de clientes que también han solicitado envíos fuera del EEE a la empresa. La prioridad que FedEx concede a los clientes de servicios internacionales urgentes dentro del EEE con importantes necesidades de envío fuera del EEE viene motivada por su escasa capacidad para competir de manera efectiva por clientes que solo precisan servicios urgentes a escala europea o clientes que deseen solicitar servicios internacionales de entrega urgente dentro del EEE y servicios nacionales o internacionales de entrega estándar dentro del EEE a una misma empresa. Estas limitaciones se deben a la deficiente red de FedEx dentro del EEE, que supone una menor cobertura geográfica de la empresa para la prestación de los distintos servicios urgentes, una relativa debilidad para ampliar sus servicios estándar y nacionales y una base de costes más alta derivada de menores economías de escala y densidad, lo que reduce en gran medida la competitividad de FedEx en el ámbito de los servicios internacionales de entrega urgente dentro del EEE. Esto, a su vez, se traduce en una débil posición en el mercado con respecto a TNT y a los otros dos integradores y concuerda con el hecho de que FedEx centre su actividad en los envíos fuera del EEE.

(23) Por otro lado, TNT se concentra en clientes que únicamente precisan servicios internacionales dentro del EEE y servicios nacionales o estándar. A diferencia de FedEx, TNT dispone de una importante red europea de transporte por carretera y de una red aérea más eficiente dentro del EEE, así como de una mayor proporción de ventas en los segmentos de los servicios nacionales y estándar. Una pequeña porción de sus ingresos derivan de clientes con necesidades de envío fuera del EEE. Los datos de ventas de TNT revelan que gran parte de los ingresos de TNT por servicios urgentes dentro del EEE proceden de clientes que también solicitan a la empresa servicios nacionales o internacionales de entrega estándar dentro del EEE. Sin embargo, TNT ha logrado atraer menos clientes de servicios internacionales urgentes dentro del EEE que también precisan servicios internacionales de envío fuera del EEE.

(24) Además, los documentos internos de las partes confirmaron que estas no se perciben entre sí como competidores especialmente cercanos. En este sentido, cabe añadir que una clara mayoría de los clientes de las partes tampoco las consideran competidores especialmente cercanos (por ejemplo, en materia de precios, variedad y calidad de los servicios ofrecidos, fiabilidad, ámbito geográfico, seguimiento y localización, etc.) y en general opinan que FedEx es el más débil de los tres integradores en los mercados de servicios internacionales de entrega urgente dentro del EEE.

(25) Por último, a pesar de las limitaciones detectadas, el análisis de las licitaciones presentado por las partes supuso la confirmación de que FedEx constituye un competidor más débil para TNT que DHL y UPS.

- c) La concentración no eliminaría una fuerza competitiva importante

(26) La Comisión consideró que TNT no posee cualidades específicas que le permitan ejercer una presión competitiva significativa sobre los demás integradores, lo que reduciría la competencia a partir de la operación. En primer lugar, la situación de costes de TNT por lo que respecta a los servicios internacionales de entrega urgente dentro del EEE no es más ventajosa que la de DHL o la de UPS. En segundo lugar, TNT no ha conseguido ampliar su posición en el mercado en detrimento de los demás integradores en los últimos años. En tercer lugar, la Comisión pudo comprobar empíricamente que TNT no se puede considerar un fijador de precios agresivo en el mercado internacional de envíos urgentes dentro del EEE. En cuarto lugar, la actividad de TNT no se ha centrado recientemente en realizar importantes inversiones en su red, sino en consolidar sus servicios. Por consiguiente, no cabe afirmar que haya sido una empresa innovadora en materia de ampliación de red en los últimos años.

(1) Si bien el EEE está integrado por 31 países, las partes no pudieron facilitar datos con respecto a Liechtenstein.

- d) DHL y UPS estarían en condiciones de ejercer presión sobre la entidad resultante de la concentración después de la operación.
- (27) Pese a que los operadores no integrados, en particular los basados en el transporte por carretera que disponen de una amplia red (como DPD y GLS), ejercerían cierta presión competitiva sobre la entidad resultante de la concentración en función del mercado nacional, la Comisión adoptó un enfoque prudente y limitó a DHL y UPS su análisis acerca de si los competidores de la entidad resultante de la concentración generarán presión sobre los precios.
- (28) En primer lugar, la entidad resultante de la concentración se enfrentará a dos competidores fuertes y cualificados. Con arreglo a los resultados de la reconstrucción del mercado efectuada por la Comisión, DHL seguirá liderando el mercado, seguida por UPS. La gran mayoría de los clientes respondió afirmativamente a la pregunta de si después de la operación habría suficientes alternativas viables para satisfacer sus necesidades de envíos internacionales urgentes dentro del EEE. Tanto UPS como DHL se mencionaron como alternativas viables a la entidad resultante de la concentración después de la operación.
- (29) En segundo lugar, los clientes pueden protegerse de un hipotético aumento de precios por parte de la entidad resultante de la concentración cambiando de proveedor. Una clara mayoría de los clientes de servicios internacionales de entrega urgente dentro del EEE disponen de varios proveedores y pueden cambiar de uno a otro sin dificultad.
- (30) En tercer lugar, DHL y UPS podrían ampliar fácilmente su prestación de servicios en el supuesto de que la entidad resultante de la concentración subiese los precios después de la operación y, de ese modo, satisfacer una mayor demanda sin incurrir en gastos adicionales significativos.
- e) Una clara mayoría de los clientes no ha manifestado ningún tipo de preocupación por la operación
- (31) La gran mayoría de los clientes encuestados en la primera y la segunda fase de la investigación de mercado de la Comisión manifestaron una opinión neutra o incluso positiva acerca de los efectos generales de la operación en el mercado de servicios internacionales de entrega urgente de pequeña paquetería dentro del EEE.
- f) El análisis de la concentración de precios no fue concluyente
- (32) A fin de garantizar la plena coherencia con el análisis cuantitativo llevado cabo en el asunto UPS/TNT, la Comisión aplicó un análisis de la concentración de precios con objeto de evaluar las posibles repercusiones de la operación propuesta sobre los precios de FedEx y, a su vez, sobre los precios de TNT. La Comisión constató que las subidas de precios calculadas por el modelo no eran significativas desde el punto de vista estadístico. Por tanto, los resultados del análisis de la concentración de precios no se podían emplear para determinar con fiabilidad si la operación constituiría o no un obstáculo significativo a la competencia efectiva.
- g) La concentración generará eficiencias
- (33) FedEx sostiene que la operación produciría notables eficiencias, en particular gracias a la integración de la relativamente ineficiente actividad europea de FedEx en la red de TNT. Las principales categorías de eficiencias relacionadas con los servicios urgentes dentro del EEE eran los ahorros de costes de recogida y entrega y los ahorros de costes en la red aérea. A partir de la información que le había sido facilitada, la Comisión concluyó que una parte de los presuntos ahorros de costes de recogida y entrega y una parte de los presuntos ahorros de costes en la red aérea (tras su repercusión) podían considerarse eficiencias concretas resultantes de la concentración que no podrían lograrse en la misma medida con alternativas que afectasen menos a la competencia. El plazo estimado para la materialización de las eficiencias señaladas era de tres años. Aunque los resultados del análisis de la concentración de precios llevado a cabo por la Comisión hubieran sido significativos desde el punto de vista estadístico, los ahorros de costes de recogida y entrega relacionados con la operación habrían compensado con creces las subidas de precios previstas para los clientes de FedEx en cualquiera de los mercados nacionales de servicios internacionales de entrega urgente dentro del EEE.
- h) Conclusión
- (34) Por tanto, la Comisión concluyó que la operación no obstaculizaría de forma significativa la competencia efectiva en ninguno de los treinta mercados en cuanto a la prestación de servicios internacionales de entrega urgente dentro del EEE.
2. *Servicios de pequeña paquetería fuera del EEE: Evaluación general*
- (35) Existen diversos operadores que prestan servicios fuera del EEE, entre ellos los cuatro integradores, operadores nacionales de servicios postales, transitarios y otras empresas de mensajería. De forma análoga a los servicios urgentes dentro del EEE, los servicios urgentes fuera del EEE conforman una industria de red que implica inversiones en infraestructuras a lo largo de toda la cadena de valor y obliga a los operadores a garantizar su presencia en todos los países del EEE y en todas las principales rutas mundiales, a saber, América del Norte, América Central y del Sur, África, Asia/Pacífico, Oriente Próximo y resto de Europa. Dado que los integradores ejercen un férreo control sobre su red y son los únicos que disponen de una red ininterrumpida de servicios urgentes que abarca todos los países del EEE, los operadores no integrados solo ejercen una limitada presión competitiva sobre los integradores. Por consiguiente, al igual que en el caso de los servicios urgentes dentro del EEE, la Comisión ha

evaluado con suma prudencia las repercusiones de la operación, teniendo en cuenta únicamente la presión competitiva ejercida por los demás integradores sobre la entidad resultante de la concentración en los diferentes posibles mercados de envíos fuera del EEE. A la luz de las consideraciones que se exponen a continuación, la Comisión concluyó que la operación no generaría un obstáculo significativo a la competencia efectiva en ninguno de los treinta mercados nacionales de envíos de pequeña paquetería fuera del EEE con destino al resto del mundo ni en ninguno de los mercados nacionales de envíos fuera del EEE con destino a las seis principales rutas mundiales.

a) La posición de la entidad resultante de la concentración en los mercados de servicios de envío fuera del EEE sería moderada

(36) La Comisión llevó a cabo un ejercicio de reconstrucción del mercado basado en los datos de ingresos proporcionados por los cuatro integradores, con objeto de evaluar su poder de mercado relativo en i) los treinta mercados nacionales de envíos internacionales fuera del EEE desde un país del EEE al resto del mundo y ii) los mercados nacionales de envíos internacionales fuera del EEE desde cada uno de los treinta países del EEE a cada una de las seis principales rutas comerciales mundiales. La Comisión analizó asimismo las repercusiones de la operación en todos los mercados nacionales del EEE en su conjunto, es decir, en cuanto a los envíos fuera del EEE al resto del mundo y a las seis principales rutas de destino del EEE.

(37) Por lo que respecta a los treinta mercados nacionales de servicios de envío fuera del EEE al resto del mundo y a las seis principales rutas de destino del EEE en general, la cuota de mercado conjunta de las partes es más bien moderada en los mercados más probables de servicios de envío fuera del EEE. Al examinar, en particular, los mercados nacionales de envíos fuera del EEE al resto del mundo, la Comisión constató que la posición relativa de la entidad resultante de la concentración sería más bien moderada en la mayoría de ellos después de la operación. La cuota de mercado conjunta de las partes superaría el 40 % y el incremento de la operación sería superior al 5 % solo en tres mercados nacionales, a saber, Hungría, Estonia y Letonia. Por último, en lo concerniente a los mercados nacionales de envíos fuera del EEE con destino a las principales rutas mundiales, las partes dispondrían de una cuota de mercado conjunta por encima del 40 % con un incremento superior al 5 % en diez mercados nacionales.

b) Dentro de los integradores, las partes no son competidores especialmente cercanos en los mercados de servicios de envío fuera del EEE

(38) Las partes no son competidores especialmente cercanos por diversos motivos. En primer lugar, la posición relativa de TNT entre los integradores es más débil en el mercado total de los envíos fuera del EEE y en la mayoría de sus posibles subsegmentos. Esto se debe a que TNT se concentra principalmente en Europa, a diferencia de los otros tres integradores, que son operadores mundiales. Una gran parte de los ingresos de TNT proceden de la prestación de servicios de envío dentro de Europa o con origen o destino en Europa, mientras que en los otros tres integradores, especialmente en el caso de FedEx, la parte de la actividad relacionada con Europa representa una porción mucho más pequeña de su volumen de negocios. Un porcentaje mucho menor de su facturación corresponde a servicios con origen o destino fuera de Europa, cuya proporción es más elevada en los demás integradores. Además, solo una pequeña parte de los ingresos de TNT generados en Europa se refiere a la prestación de servicios fuera del EEE.

(39) En segundo lugar, TNT dispone de una red aérea muy limitada en comparación con los demás integradores. A diferencia de estos, que utilizan una amplia red aérea propia para sus entregas fuera del EEE, TNT solo emplea cuatro aeronaves y compra capacidad a compañías aéreas comerciales o de transporte de mercancías para todos los demás envíos. FedEx, en cambio, utiliza una red de diecisiete aeronaves propias para sus servicios de envío fuera del EEE. El uso de una red aérea propia ofrece importantes ventajas a un integrador, entre las que figuran, por ejemplo, una mayor seguridad en cuanto a la capacidad disponible y a la estructura de costes, así como una mejor prestación del servicio, ya que permite una conectividad ininterrumpida, menor circulación de la pequeña paquetería y menos puntos de manipulación. El reducido alcance de la red aérea de TNT para la prestación de servicios fuera del EEE refleja tanto su relativa debilidad en los mercados de envíos fuera del EEE frente a los otros tres integradores, así como una limitación de su capacidad de competir en igualdad de condiciones con ellos.

(40) En tercer lugar, al analizar los datos sobre licitaciones facilitados por las partes, y en particular los de FedEx con respecto a los servicios de envío fuera del EEE, la Comisión observó que TNT parecía ser un competidor más débil que DHL y UPS para FedEx en lo concerniente a tales servicios. DHL se alzaba como principal competidor de FedEx, seguido por UPS en segundo lugar y por TNT en tercero. Más concretamente, DHL aparecía como competidor de FedEx más del triple de veces que TNT.

(41) En cuarto lugar, la investigación de mercado de la Comisión confirmó que no existe una estrecha competencia recíproca entre las partes.

(42) Por consiguiente, la Comisión concluyó que TNT no puede considerarse un competidor especialmente cercano de FedEx en lo que se refiere a los mercados de servicios de envío fuera del EEE.

c) La operación no eliminaría una fuerza competitiva importante

- (43) Resulta evidente que TNT es el más débil de los cuatro integradores en lo concerniente a los servicios de envío fuera del EEE y no puede considerarse una fuerza competitiva importante que vaya a ser eliminada por la operación. Además, la cuota de mercado de TNT no ha experimentado un aumento significativo a lo largo de los últimos años a causa de una estrategia agresiva. Por otra parte, TNT aplica un modelo de negocio muy similar al de los demás integradores en cuanto a la prestación de servicios fuera del EEE, por lo que sus servicios y precios son comparables a los de sus rivales. Asimismo, TNT no parece ofrecer unos precios mucho más baratos que los demás integradores ni centra sus planes comerciales ni sus técnicas de mercado en ser un proveedor de bajo coste, sino que sus prioridades son la fiabilidad, la calidad del servicio al cliente y la flexibilidad.

d) La entidad resultante de la concentración seguiría estando sometida a la presión de sus competidores después de la operación

- (44) En primer lugar, los cuatro integradores ya tienen presencia mundial, pues ofrecen servicios de pequeña paquetería a más de 220 países del planeta. Por tanto, todos disponen ya de acceso a una clientela que precisa servicios fuera del EEE. Además, los cuatro tienen capacidad para organizar, ya sea directamente o mediante la contratación de terceros, la recogida de pequeña paquetería en todos los países del EEE, la transferencia aérea de pequeña paquetería desde la ruta de destino y a partir de ahí la entrega en el lugar de destino.

- (45) En segundo lugar, habida cuenta de lo anterior, el hecho de que un integrador posea una cuota algo inferior en un determinado mercado de envíos fuera del EEE no constituye un indicio de debilidad inherente para ofrecer el servicio desde dicho mercado. De hecho, siempre que un integrador posea una cuota reducida en un determinado mercado de productos o destino, pero mucho más elevada en otros mercados de productos o destinos de envíos procedentes del mismo país de origen del EEE, dicho integrador estará en condiciones de prestar servicios fuera del EEE desde ese país de origen. De forma análoga, siempre que un integrador tenga una cuota reducida en un determinado mercado fuera del EEE, pero posea cuotas mucho más elevadas en los envíos dirigidos a ese destino desde otros países de origen del EEE, podrá prestar servicios de envío fuera del EEE a dicho destino.

- (46) En tercer lugar, no existe límite de capacidad en cuanto a los servicios fuera del EEE. Todos los integradores tienen experiencia en la gestión de las fluctuaciones de la demanda y tienden a operar con un margen que les permite asumir volúmenes adicionales. Asimismo, pueden ampliar fácilmente su capacidad de transporte aéreo o la red de transporte por carretera en caso necesario, como ya lo han hecho en anteriores ocasiones, para atender a nuevos e importantes clientes.

- (47) En cuarto lugar, los clientes pueden cambiar sin dificultad de prestador de servicios de pequeña paquetería fuera del EEE. La mayoría de ellos ya solicitan servicios a diversos integradores u otros proveedores y sus contratos no contienen cláusulas de exclusividad. Así pues, la capacidad de los clientes para aumentar los volúmenes que envían con UPS y DHL seguiría suponiendo una presión para la entidad resultante de la concentración después de la operación.

- (48) Por último, cabe señalar que los proveedores no integrados también ejercen cierta presión competitiva, en particular por lo que respecta a los servicios estándar fuera del EEE.

e) Una clara mayoría de los clientes y competidores no han manifestado ningún tipo de preocupación

- (49) La gran mayoría de los encuestados en la investigación de mercado de la Comisión opinaban que la operación uniría las ventajas complementarias de FedEx, en lo concerniente a los mercados de servicios de envío fuera del EEE, y de TNT, en cuanto a los mercados de servicios de envío dentro del EEE. En particular por lo que respecta a los mercados de servicios fuera del EEE, la relativa mayoría de los encuestados consideraba que las consecuencias de la operación serían positivas, seguidas por los que pensaban que serían neutras.

f) La operación generaría eficiencias

- (50) La operación también produciría notables eficiencias en los mercados de servicios de envío fuera del EEE, derivadas principalmente del ahorro de costes de la entidad resultante de la concentración gracias a la integración de todos sus volúmenes en la red de menor coste de FedEx o TNT. Así pues, todos los volúmenes se transportarían a través de la red más económica de TNT dentro del EEE en origen y se entregarián a través de la red más económica de FedEx o TNT en destino. Se prevé que se establezcan nuevas sinergias a medida que los vuelos intercontinentales se vayan desplazando a FedEx. Al igual que en el caso de los servicios dentro del EEE, la Comisión evaluó la verificabilidad de tales eficiencias, su carácter inherente a la concentración y la posibilidad de utilizarlas en beneficio de los consumidores y concluyó que la operación generaría importantes eficiencias con arreglo a la prueba triple prevista en las Directrices sobre la evaluación de las concentraciones horizontales.

3. Servicios de pequeña paquetería fuera del EEE: análisis por países

- (51) De acuerdo con los resultados de la reconstrucción del mercado llevada a cabo por la Comisión, la entidad resultante de la concentración tendría una cuota de mercado combinada superior al 40 % y la operación generaría un incremento mínimo del 5 % en trece posibles rutas de entrega fuera del EEE. Estos mercados corresponden a los envíos fuera del EEE con origen en siete países distintos del EEE, a saber, Bélgica, Bulgaria, Eslovaquia, Estonia, Letonia, Lituania y Malta. En el caso de Bélgica, Bulgaria, Estonia y Malta, se trataría de mercados de envíos fuera del EEE con destino a América del Norte. Por lo que respecta a Letonia, serían los mercados de envíos a América del Norte, América Central y del Sur, Oriente Próximo y Asia/Pacífico. En cuanto a Eslovaquia y Lituania, se trataría de los mercados de envíos dirigidos a Oriente Próximo. Por último, en el caso de Estonia, Hungría y Letonia, también se incluirían los envíos fuera del EEE al resto del mundo. Asimismo, la Comisión analizó más a fondo los mercados en los que la entidad resultante de la concentración dispondría de una cuota de mercado moderada inferior al 40 % y aquellos en los que el tercer competidor tendría una cuota de mercado por debajo del 20 % después de la operación, así como los mercados en los que la cuota del tercer competidor sería menor que el incremento que supondría la operación. En total, según los criterios mencionados, se analizaron más a fondo y de manera individual 52 mercados correspondientes a los países que se detallan a continuación.
- (52) *Austria:* la Comisión analizó más a fondo el mercado de envíos fuera del EEE con origen en Austria y destino a Oriente Próximo, en el que la entidad resultante de la concentración tendría una cuota de mercado del [30-40] %, situándose por detrás de DHL, claro líder del mercado con una cuota del [50-60] %. El tercer competidor (UPS) dispondría de una cuota de mercado del [10-20] % después de la operación.
- (53) *Bélgica:* la Comisión analizó más a fondo el mercado de envíos fuera del EEE con origen en Bélgica y destino a América del Norte, que la entidad resultante de la concentración pasaría a encabezar con una cuota de mercado del [40-50] % y un incremento del [5-10] %, seguida por UPS con un [30-40] % y por DHL con un [10-20] %. También analizó más a fondo los mercados de envíos fuera del EEE con origen en Bélgica y destino al resto del mundo, América Central y del Sur, Asia/Pacífico y Oriente Próximo, en los que la entidad resultante de la concentración tendría una cuota de mercado del [30-40] % y el tercer competidor (UPS) dispondría de una cuota de mercado del [10-20] % después de la operación. Estos cuatro mercados seguirían estando liderados por DHL con unas cuotas del [40-50] %, [50-60] %, [40-50] % y [50-60] %, respectivamente.
- (54) *Bulgaria:* la Comisión analizó más a fondo el mercado de envíos fuera del EEE con origen en Bulgaria y destino a América del Norte, en el que la entidad resultante de la concentración tendría una cuota de mercado del [40-50] % con un incremento del [5-10] %. DHL dispondría asimismo de una cuota del [40-50] %, mientras que UPS ocuparía la tercera posición con una cuota de mercado del [10-20] %. La Comisión analizó también con mayor profundidad los mercados de envíos fuera del EEE con origen en Bulgaria y destino al resto del mundo, América Central y del Sur y Oriente Próximo, en los que la entidad resultante de la concentración poseería una cuota de mercado del [30-40] %, por detrás de DHL, claro líder de estos mercados con un [50-60] % en los tres casos. El tercer competidor (UPS) tendría unas cuotas de mercado del [10-20] %, [5-10] % y [10-20] %, respectivamente, después de la operación. Por último, la Comisión analizó asimismo más a fondo el mercado de envíos fuera del EEE con origen en Bulgaria y destino a Asia/Pacífico, en el que la entidad resultante de la concentración alcanzaría una cuota de mercado del [20-30] %, situándose por detrás de DHL, claro líder del mercado con un [60-70] %. La cuota del tercer competidor (UPS) ascendería al [5-10] %.
- (55) *Croacia:* la Comisión analizó más a fondo el mercado de envíos fuera del EEE con origen en Croacia y destino a Asia/Pacífico, en el que la entidad resultante de la concentración tendría una cuota de mercado del [20-30] % con un incremento del [5-10] %, situándose por detrás de DHL, claro líder del mercado con un [60-70] %. UPS dispondría de una cuota de mercado del [5-10] % a partir de la operación.
- (56) *Chipre:* la Comisión analizó más a fondo los mercados de envíos fuera del EEE con origen en Chipre y destino a América Central y del Sur, Asia/Pacífico, Oriente Próximo y África, en los que la entidad resultante de la concentración tendría una cuota de mercado del [30-40] % con un incremento del [5-10] %. Todos estos mercados seguirían estando encabezados por DHL con unas cuotas de mercado del [60-70] %, [60-70] %, [50-60] % y [50-60] %, respectivamente. El tercer competidor (UPS) dispondría, después de la operación, de una cuota de mercado del [0-5] % en los mercados de envíos dirigidos a América Central y del Sur y África y del [5-10] % en los mercados con destino a Asia/Pacífico y Oriente Próximo. La Comisión analizó también más a fondo el mercado de envíos fuera del EEE con origen en Chipre y destino al resto del mundo, en el que la entidad resultante de la concentración poseería una cuota de mercado del [20-30] % con un incremento del [5-10] %, situándose por detrás de DHL, claro líder del mercado con un [60-70] %. UPS tendría una cuota de mercado del [5-10] %.
- (57) *República Checa:* la Comisión analizó más a fondo los mercados de envíos fuera del EEE con origen en la República Checa y destino al resto del mundo y Oriente Próximo, en los que la entidad resultante de la concentración tendría una cuota de mercado del [30-40] %, por detrás de DHL, claro líder de ambos mercados con un [50-60] % en los dos casos. El tercer competidor (UPS) dispondría de una cuota de mercado del [10-20] % después de la operación. La Comisión analizó también con mayor profundidad los mercados de envíos fuera del EEE con origen en la República Checa y destino a América Central y del Sur y Asia/Pacífico, en los que la entidad resultante de la concentración poseería una cuota de mercado del [20-30] %, por detrás de DHL, claro líder de ambos mercados con un [60-70] % en los dos casos. UPS tendría una cuota de mercado del [5-10] %.
- (58) *Estonia:* la Comisión analizó más a fondo los mercados de envíos fuera del EEE con origen en Estonia y destino al resto del mundo y América del Norte, en los que la entidad resultante de la concentración alcanzaría una cuota de

mercado del [40-50] % y del [50-60] %, respectivamente, con incrementos del [10-20] % y del [5-10] %, respectivamente. La cuota de DHL en el mercado con origen en Estonia y destino al resto del mundo también sería del [40-50] % y en el caso de los envíos a América del Norte se situaría en un [20-30] %. UPS ocuparía el tercer lugar con una cuota de mercado del [10-20] % en ambos casos. La Comisión analizó asimismo con mayor profundidad el mercado de envíos fuera del EEE con origen en Estonia y destino a Asia/Pacífico, en el que la entidad resultante de la concentración tendría una cuota de mercado del [30-40] %, por detrás de DHL, claro líder del mercado con un [50-60] %. El tercer competidor (UPS) dispondría de una cuota de mercado del [5-10] %.

- (59) *Francia*: la Comisión analizó más a fondo los mercados de envíos fuera del EEE con origen en Francia y destino a América Central y del Sur, Asia/Pacífico y Oriente Próximo, en los que la entidad resultante de la concentración tendría una cuota de mercado del [30-40] %, situándose por detrás de DHL, claro líder de estos mercados con cuotas del [50-60] %, [40-50] % y [50-60] %, respectivamente. El tercer competidor (UPS) dispondría de una cuota de mercado del [10-20] % en los tres mercados después de la operación.
- (60) *Hungría*: la Comisión analizó más a fondo el mercado de envíos fuera del EEE con origen en Hungría y destino al resto del mundo, en el que la entidad resultante de la concentración alcanzaría una cuota de mercado del [40-50] % con un incremento del [5-10] %. La cuota de DHL sería también del [40-50] % y UPS tendría una cuota de mercado del [10-20] %. La Comisión analizó también con mayor profundidad los mercados de envíos fuera del EEE con origen en Hungría y destino a América Central y del Sur, Asia/Pacífico, Oriente Próximo y África, en los que la entidad resultante de la concentración poseería una cuota de mercado del [30-40] %, por detrás de DHL, claro líder de estos mercados con cuotas del [40-50] %, [50-60] %, [40-50] % y [50-60] %, respectivamente. El tercer competidor (UPS) dispondría de una cuota de mercado del [10-20] % en los tres mercados después de la operación.
- (61) *Irlanda*: la Comisión analizó más a fondo los mercados de envíos fuera del EEE con origen en Irlanda y destino al resto del mundo y Asia/Pacífico, en los que la entidad resultante de la concentración tendría una cuota de mercado del [30-40] % con un ligero incremento del [5-10] % en los dos casos, situándose por detrás de DHL, claro líder de ambos mercados con un [40-50] % y un [50-60] %, respectivamente. El tercer competidor (UPS) dispondría de una cuota de mercado del [10-20] % después de la operación.
- (62) *Letonia*: la Comisión analizó más a fondo los mercados de envíos fuera del EEE con origen en Letonia y destino al resto del mundo, América del Norte, América Central y del Sur, Asia/Pacífico y Oriente Próximo, en los que la entidad resultante de la concentración tendría unas cuotas de mercado del [40-50] %, [50-60] %, [40-50] %, [40-50] % y [50-60] %, respectivamente. En tales mercados, DHL dispondría de unas cuotas del [40-50] %, [20-30] %, [30-40] %, [30-40] % y [30-40] %, respectivamente, y UPS se situaría en tercer lugar con un [10-20] %, [10-20] %, [20-30] %, [20-30] % y [10-20] %, respectivamente.
- (63) *Lituania*: la Comisión analizó más a fondo el mercado de envíos fuera del EEE con origen en Lituania y destino a Oriente Próximo, en el que la entidad resultante de la concentración alcanzaría una cuota de mercado del [40-50] % después de la operación, con un incremento del [5-10] %. DHL tendría asimismo una cuota de mercado del [40-50] % y UPS ocuparía la tercera posición con una cuota de mercado del [10-20] %.
- (64) *Luxemburgo*: la Comisión analizó más a fondo los mercados de envíos fuera del EEE con origen en Luxemburgo y destino al resto del mundo, América Central y del Sur y Oriente Próximo, en los que la entidad resultante de la concentración tendría una cuota de mercado del [20-30] % con un ligero incremento del [5-10] %, situándose por detrás de DHL, claro líder de estos mercados con una cuota del [60-70] % en los tres casos. La cuota del tercer competidor (UPS) ascendería al [5-10] % en los tres mercados. La Comisión analizó también con mayor profundidad el mercado de envíos fuera del EEE con origen en Luxemburgo y destino a América del Norte, en el que la entidad resultante de la concentración tendría una cuota de mercado del [30-40] %, por detrás de DHL, claro líder del mercado con un [50-60] %. El tercer competidor (UPS) dispondría de una cuota de mercado del [10-20] % después de la operación.
- (65) *Malta*: la Comisión analizó más a fondo el mercado de envíos fuera del EEE con origen en Malta y destino a América del Norte, que la entidad resultante de la concentración pasaría a encabezar con una cuota de mercado del [40-50] % y un incremento del [10-20] %, seguida por DHL con un [30-40] % y por UPS con un [20-30] %.
- (66) *Polonia*: la Comisión analizó más a fondo los mercados de envíos fuera del EEE con origen en Polonia y destino a América Central y del Sur y Oriente Próximo, en los que la entidad resultante de la concentración tendría una cuota de mercado del [30-40] %, por detrás de DHL, claro líder de ambos mercados con una cuota del [40-50] % en los dos casos. El tercer competidor (UPS) dispondría de una cuota de mercado del [10-20] % después de la operación.
- (67) *Eslovaquia*: la Comisión analizó más a fondo el mercado de envíos fuera del EEE con origen en Eslovaquia y destino a Oriente Próximo, en el que la entidad resultante de la concentración tendría una cuota de mercado del [40-50] %, situándose por detrás de DHL, líder del mercado con un [50-60] %. UPS dispondría de una cuota del [0-5] % en este mercado. La Comisión analizó también más a fondo los mercados de envíos fuera del EEE con origen en Eslovaquia y destino al resto del mundo, América Central y del Sur y África, en los que la entidad resultante de la concentración poseería una cuota de mercado del [30-40] %, por detrás de DHL, claro líder de estos mercados con una cuota del [50-60] % en los tres casos. El tercer competidor (UPS) tendría unas cuotas de mercado del [10-20] %, [5-10] % y [0-5] %, respectivamente, después de la operación. Asimismo, la Comisión analizó con mayor profundidad el mercado de envíos fuera del EEE con origen en Eslovaquia y destino a Asia/Pacífico, en el que la entidad resultante de la concentración alcanzaría una cuota de mercado del [20-30] %, de nuevo por detrás de DHL, claro líder del mercado con un [60-70] %. UPS tendría una cuota de mercado del [5-10] %.

(68) Tras analizar la información y los documentos internos proporcionados por las partes, así como los resultados de la investigación de mercado, la Comisión llegó a las siguientes conclusiones con respecto a los mencionados mercados de envíos fuera del EEE al resto del mundo y a las principales rutas comerciales: la entidad resultante de la concentración solo alcanzará cuotas moderadas en la mayoría de los mercados; FedEx y TNT no son competidores cercanos; TNT no constituye una importante fuerza competitiva en estos mercados; DHL y UPS seguirán disponiendo de la capacidad necesaria para ejercer una presión competitiva efectiva sobre la entidad resultante de la concentración después de la operación; gran parte de la cuota de mercado de FedEx en dichas rutas depende en realidad de un pequeño número de grandes clientes de las partes que pueden cambiar fácilmente de proveedor, por lo que las cuotas de mercado de la entidad resultante de la concentración son muy discutibles; y los resultados de la investigación de mercado fueron en su mayoría positivos o neutros en lo que se refiere a las repercusiones de la operación. Asimismo, se constató que se generarían eficiencias en tales mercados.

(69) Por consiguiente, sobre la base de la evaluación anterior, la Comisión concluyó que la operación no obstaculizaría de forma significativa la competencia efectiva en ninguno de los mencionados mercados nacionales de servicios de pequeña paquetería fuera del EEE con envíos al resto del mundo o las principales rutas comerciales mundiales.

4. *Repercusiones de la operación en las pymes*

(70) Algunos participantes en la investigación de mercado insinuaron que la operación podría tener mayores repercusiones en las pymes, sobre todo en forma de subidas de precios. Sostienen que, en la actualidad, TNT ofrece precios más bajos que los demás integradores y, por tanto, es el proveedor elegido por las pymes que emprenden actividades de comercio electrónico. Según estos participantes en el mercado, por lo general las pymes tienden a disponer de un único proveedor, dependen de los integradores debido a su necesidad de utilizar distintos tipos de servicios y carecen de capacidad de negociación, de modo que «pagan más» al tener que abonar los precios de catálogo. Afirman que la operación supondría la concentración de dos competidores cercanos y que es poco probable que la entidad resultante siguiera teniendo interés en ser el «integrador díscolo» de las pymes.

(71) La Comisión consideraba que este no era el caso por diversos motivos. En primer lugar, la Comisión examinó a fondo el problema de las pymes durante la investigación pormenorizada. Las respuestas al cuestionario dirigido a las pymes pusieron de manifiesto que, al igual que todos los clientes, la mayoría de las pymes tenían una opinión positiva o neutra acerca de la operación en general, así como de sus repercusiones en la oferta y la calidad de los servicios. Por otra parte, la investigación de mercado no confirmó la preocupación de que las pymes dependieran de un único proveedor o abonaran precios de catálogo. Las pymes encuestadas en la investigación de mercado, incluidas las dedicadas al comercio electrónico, señalaron que solían disponer de varios prestadores de servicios de entrega urgente dentro y fuera del EEE. La gran mayoría de las pymes encuestadas señalaron asimismo que negocian descuentos por volumen y solo unas pocas indicaron que no negocian ningún tipo de descuento.

(72) En segundo lugar, la Comisión consideró que no se podía afirmar que TNT fuera una empresa «díscola» o un líder de mercado en el sector de las pymes por diversos motivos. Los clientes de TNT, al igual que los de otros operadores, negociarán de antemano descuentos fijos con la empresa para poder tener en cuenta los gastos de transporte. Por tanto, TNT no tendrá la posibilidad de aplicar precios variables a sus clientes en función de la utilización previsible de capacidad de la aeronave correspondiente en un día determinado. Además, la elasticidad a corto plazo de los precios de los servicios de entrega urgente es muy reducida. Así pues, aunque TNT previera que su vuelo en una determinada ruta va a ir prácticamente vacío, la opción de ofrecer descuentos a sus clientes o posibles clientes no podría generar de inmediato una mayor demanda de envíos ese día y en esa ruta. Este hecho también ha sido confirmado por la investigación de mercado, en la que la mayoría de las PYME señaló que celebraban contratos marco a más largo plazo en lugar de efectuar compras en el momento en que surgía la necesidad.

(73) En tercer lugar, si bien TNT ha organizado ocasionalmente campañas dirigidas también a las pymes, esto no es síntoma de una posición de mercado estructuralmente diferente, sino que puede considerarse parte de un comportamiento competitivo normal para atraer clientes. No se puede afirmar que TNT aplique unos precios demasiado bajos a las pymes de forma estructural y como parte de un modelo de negocio distinto, ni tampoco es un fijador de precios dentro del mercado. Además, TNT no ha ampliado de manera agresiva su posición de mercado en el segmento de las pymes.

(74) En cuarto lugar, la Comisión observó que, como ya se ha señalado anteriormente, las partes no eran competidores especialmente cercanos. Tampoco parecen ofrecer ningún producto concreto dirigido específicamente a un determinado grupo de pymes o una estrategia centrada en estos clientes que no puedan ofrecer o no ofrezcan también otros integradores. Tanto DHL como UPS ofertan ya en sus sitios web servicios personalizados para las pymes. La gran mayoría de los competidores encuestados confirmaron que las necesidades de las pymes en cuanto a servicios de pequeña paquetería no son distintas de las de otras empresas y que no sería preciso disponer de activos o recursos adicionales para darles servicio.

(75) Por consiguiente, habida cuenta de todo lo anterior, la Comisión concluyó que la operación tampoco obstaculizaría la competencia efectiva en lo que se refiere a los servicios prestados a las PYME.

V. CONCLUSIÓN

- (76) Por todo lo expuesto, la Decisión concluye que la operación no obstaculizará de forma significativa la competencia efectiva en el mercado interior o en una parte sustancial del mismo.
- (77) Por consiguiente, la concentración se declara compatible con el mercado interior y el funcionamiento del Acuerdo EEE, de conformidad con el artículo 2, apartado 2, y el artículo 8, apartado 1, del Reglamento de concentraciones, así como con el artículo 57 del Acuerdo EEE.
-