

RESOLUCIÓN Expediente S/0373/11 CORREOS 2

Presidente

D. José María Marín Quemada

Vicepresidenta

Doña María Fernández Pérez.

Consejeros

Don Eduardo García Matilla.
Don Josep María Guinart Solá.
Doña Clotilde de la Higuera González.
Doña María Ortiz Aguilar.
Don Diego Rodríguez Rodríguez.
Don Fernando Torremocha y García Sáenz.
Don Benigno Valdés Díaz.
Doña Idoia Zenarrutzabeitia Beldarraín.

Secretario

D. Tomás Suárez-Inclán González

En Madrid, a 21 de enero de 2014.

EI PLENO, de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, con la composición ut supra, ha dictado la siguiente Resolución Administrativa en el Expediente Sancionador S/0373/11 CORREOS 2, instruido por la Dirección de Investigación, de la Comisión Nacional de la Competencia, hoy ambas extintas, *por supuestas prácticas restrictivas de la competencia prohibidas en el Artículo 2 de la Ley 15/2007, de 3 de Julio, de Defensa de la Competencia y en el Artículo 102 del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea, de conformidad con lo prevenido en el Artículo 50.5 de la Ley 15/2007 y el Artículo 34.1 del Real Decreto 261/2008, de 22 de Febrero, por el que se aprueba el Reglamento de Defensa de la Competencia.*

Han sido Ponentes los Consejeros, Don Fernando Torremocha y García-Sáenz y Don Benigno Valdés Díaz.

ANTECEDENTES

PRIMERO.- Con fecha 12 de Septiembre del 2011 se recibió en la Comisión Nacional de la Competencia **escrito de denuncia** de UNIPOST contra la Sociedad Estatal de Correos y Telégrafos S.A., (CORREOS) por supuestas

conductas prohibidas en la Ley 15/2007, de 3 de Julio, de Defensa de la Competencia y en el Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea.

Según la denunciante, la Sociedad Estatal de Correos y Telégrafos S.A., (CORREOS) *“como operador designado para la prestación del servicio postal universal, estaría ofreciendo unos niveles de descuentos a grandes clientes, muy por encima de los descuentos ofrecidos por UNIPOST y otros competidores, por servicios similares, lo que supondría un abuso de su posición de dominio”*.

SEGUNDO.- La Dirección de Investigación, hoy extinta, por consecuencia de dicha denuncia, inició una **información reservada S/0373/11**, de acuerdo con lo dispuesto en el Artículo 49.2 de la Ley 15/2007.

Por otro lado, el Consejo de la Comisión Nacional de la Competencia, hoy extinto, con fecha 8 de Marzo del 2012, dictó una Resolución Administrativa de **cierre de vigilancia** del Acuerdo de Terminación Convencional de 15 de Septiembre del 2005 en el Expediente VATC/2458 ASEMPRE/CORREOS, en la que invita a la Dirección de Investigación *“a analizar la compatibilidad con la Ley de Defensa de la Competencia la conducta de Correos en relación con los precios aplicados a grandes clientes en los años 2010 y 2011”*.

La Dirección de Investigación, hoy extinta, observó indicios racionales de infracción de la Ley de Defensa de la Competencia y del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea, *“concretamente CORREOS habría abusado de su posición de dominio al incurrir en un posible estrechamiento de márgenes”*.

“Así, los precios mayoristas de acceso a la red de Correos...serían mayores que sus precios minoristas aplicados a remitentes de envíos masivos de correos, lo que estaría teniendo efectos exclusionarios sobre estos competidores de cara a la captación de este tipo de grandes clientes”.

TERCERO.- En consecuencia, la Dirección de Investigación hoy extinta, con fecha 9 de Marzo del 2012 acordó la **incoación de expediente sancionador** contra Correos, *“por conductas prohibidas en el Artículo 2 de la Ley 15/2007 y en el Artículo 102 del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea”*. Y se concedió a UNIPOST la condición de parte interesada en el marco del expediente de referencia.

CUARTO.- El Servicio Vasco de Defensa de la Competencia, con fecha 27 de Marzo del 2012, remitió a la Comisión Nacional de la Competencia **la denuncia** presentada el día 10 de Febrero del 2012 por AKROPOST SERVICIOS POSTALES DEL PAIS VASCO S.A., contra Correos *“por abuso de posición de dominio a la hora de adjudicarse las licitaciones convocadas por las distintas administraciones vascas en 2011 y 2012, para la prestación de servicios postales tradicionales”* (Folios 197 a 240).

Con amparo en lo dispuesto en el Artículo 29 del Real Decreto 261/2008 se procedió a la **acumulación**, por motivos de eficacia administrativa.

AKROPOST, con fecha 2 de Abril del 2012, solicitó su admisión al expediente como parte interesada (Folios 254 y 255), lo que se acordó el día 9 de Abril del 2012.

QUINTO.- La Dirección de Investigación, hoy extinta, con fecha 7 de Mayo del 2012 **requirió** a Correos información en la que le solicitaba un listado de todos los grandes clientes para el 2012, con los que hubiera contratado servicios postales tradicionales, indicando los descuentos aplicados (Folios 268 y 269), así como copia de los contratos durante el periodo 2010-2012.

Con posterioridad, el día 7 de Junio del 2012 un nuevo **requerimiento** de información, solicitando determinada información relacionada con el acceso mayorista a su red postal, en particular los ingresos percibidos en el periodo 2010-2012, así como el precio y descuento medio de cada producto aplicado a los operadores postales que hayan contratado dicho acceso; y que facilitase datos relativos a los precios y descuentos medios aplicados al conjunto de clientes con facturación superior a 100.000 €uros anuales, así como los precios y descuentos medios aplicados a cada uno de los clientes con facturación superior a 1 millón de €uros anuales (Folios 2448 a 2450).

Con fecha 24 de Octubre del 2012, con la finalidad de completar la información anterior requerida y aportada, se solicitó la facturación total por productos para el total de clientes con facturación superior a 100.000 €uros anuales (Folios 2644 a 2647).

SEXTO.- Con fecha 30 de Octubre del 2012 se solicitó a UNIPOST aportar datos de ingresos totales y envíos totales generados en la prestación de servicios postales tradicionales a clientes con una facturación anual superior a 100.000 €uros (Folios 2651 a 2653).

Y con fecha 5 de Noviembre del 2012 se solicitó a la Comisión Nacional del Sector Postal datos concretos relativos al mercado del sector postal (Folios 2658 a 2659).

SÉPTIMO.- Los días 14, 19 y 21 de Noviembre del 2012 tuvieron entrada en la hoy extinta Comisión Nacional de la Competencia las respuestas a los requerimientos de CORREOS (Folios 2689 a 3042), UNIPOST (Folios 3044 a 3109) y Comisión Nacional del Sector Postal (Folio 3110).

OCTAVO.- La Dirección de Investigación, de la Comisión Nacional de la Competencia, hoy ambas extintas, concluyó su instrucción y procedió a notificar el

Pliego de Concreción de Hechos a las partes interesadas, de conformidad con lo dispuesto en el Artículo 50.3 de la Ley 15/2007 de Defensa de la Competencia.

A CORREOS el 18 de Diciembre del 2012 (Folio 3190), a AKROPOST el día 19 de Diciembre del 2012 (Folio 3270) y a UNIPOST el día 28 de Diciembre del 2012 (Folio 3230).

La Dirección de Investigación, al efecto, concreta los siguientes establecimientos bajo la denominación Hechos Acreditados:

1º Contratos de Correos con remitentes de envíos masivos, de estructura idéntica entre sí (ex Folios 2284 a 2446).

1.1 Objeto del contrato es la prestación de servicios postales tradicionales por parte de CORREOS en favor del cliente, previo acuerdo de las partes. En el **ANEXO A** que se acompaña, figura una lista de productos postales sobre los cuales se acordarán aquéllos considerados facturables. La lista incluye tanto productos correspondientes al Servicio Postal Universal, como aquéllos que conforman el resto del sector postal tradicional.

1.2 Precios y descuentos son los aprobados por CORREOS y publicados en su web, para los distintos productos y destinos.

En el **ANEXO D** se recogen los descuentos que se calculan y aplican sobre los precios aprobados y publicados y se corresponden con **los costes evitados a Correos** por el cliente. El devengo y liquidación de este descuento tendrá carácter mensual.

Para determinados clientes, incluye asimismo unas tablas referidas a un descuento adicional por volumen. El devengo tendrá carácter anual y su liquidación se realizará dentro de los treinta días siguientes al cierre del ejercicio.

El contrato contempla asimismo un **descuento por regularidad**, que retribuye la contribución al sostenimiento y aprovechamiento óptimo de la red postal, si bien no se concretan en el mismo cantidades, ni condiciones. El devengo es de carácter mensual.

Finalmente, para cada tipo de servicio postal contratado se incluye un Anexo al contrato, en el cual se cuantifica el descuento total anual, incluye el descuento por ahorro y regularidad, que se aplicará para un volumen anual estimado de envíos.

Según los contratos que obran en el Expediente, los servicios postales tradicionales principales, que incluyen una cuantificación del descuento (excluido el de volumen) son los siguientes:

CARTAS Y PAQUETES	DESTINO	DESCUENTO
Carta (Franqueo Pagado)		
	<i>Local</i>	<i>Distintos descuentos según sea O, C, U y CU *</i>
	<i>Interurbana D1</i>	<i>Distintos descuentos según sea O, C, U y CU</i>
	<i>Interurbana D2</i>	<i>Distintos descuentos según sea O, C, U y CU</i>
	<i>Internacional D3</i>	<i>Distintos descuentos según sea O, C, U y CU</i>
Paquetería		
	<i>Local</i>	<i>Distintos descuentos según sea azul o postal*</i>
	<i>Interurbano D1</i>	<i>Distintos descuentos según sea azul o postal</i>
	<i>Interurbano D2</i>	<i>Distintos descuentos según sea azul o postal</i>
	<i>Internacional D3</i>	<i>Distintos descuentos según sea azul o postal</i>
Publicorreo nacional		
	<i>Local</i>	
	<i>Interurbano D1</i>	
	<i>Interurbano D2</i>	

Fuente: Contratos facilitados por CORREOS (folios 284-2.446)

*Ordinaria (O), certificada (C), urgente (U), certificada urgente (CU); azul (envío domiciliario); postal (envío a oficina)

1.3 Requisitos de acceso (ANEXO C). Los contratos con los remitentes de envíos masivos contienen una serie de requisitos mínimos para la admisión de los envíos en los centros de admisión masiva, según se encuentren o no incluidos en el Servicio Postal Universal, a fin de permitir el adecuado funcionamiento de la red postal y garantizar el tratamiento logístico posterior.

En su **ANEXO D** contienen unos requisitos adicionales de presentación, separados por ámbitos de destino, de clasificación (según el código postal) y de la correcta rotulación de los envases y/o contenedores.

1.4 Precios minoristas y descuentos efectivos a remitentes de envíos masivos se publican en las web de Correos y de la Comisión Nacional del Sector Postal y, particularmente, las tarifas minoristas vigentes a partir del 1 de Septiembre del 2012.

La **facturación total** de CORREOS proveniente de remitentes de envíos masivos para todos los servicios postales asciende a más de 1.000 millones de Euros, de los cuales el [40-50%] provienen de la gestión de cartas ordinarias y un [10-20%] de cartas certificadas nacionales, dentro del marco

del Servicio Postal Universal. El resto de servicios postales universales, apenas alcanza el [0-10%].

FACTURACIÓN TOTAL DE CORREOS A CLIENTES QUE CONTRATAN SERVICIOS POSTALES TRADICIONALES POR UN VALOR DE > 100.000 € ANUALES (euros)			
	2010	2011	2012 (enero-mayo)
TOTAL	[...]	[...]	[...]
Facturación Carta Ordinaria*	[...]	[...]	[...]
Facturación Carta Ordinaria Urgente	[...]	[...]	[...]
Facturación Carta Certificada*	[...]	[...]	[...]
Facturación Carta Certificada Urgente	[...]	[...]	[...]
Facturación Paquete Postal**	[...]	[...]	[...]
Resto (destinos internacionales y no SPU)	[...]	[...]	[...]

Fuente: CORREOS (folios 2.691-2.692).

*Ordinaria/Certificada: según las tarifas publicadas en la web de CORREOS, incluiría todos los tramos de peso hasta 2kg

**Paquete Postal: según las tarifas publicadas en la web de CORREOS, incluiría todos los tramos de peso hasta 20kg, si bien hasta el 31 diciembre de 2010 el límite era de 10kg.

De acuerdo con la documentación aportada por CORREOS, **los descuentos medios aplicados al total de clientes** que contratan servicios postales tradicionales, con un importe neto de facturación de más de 100.000 €uros anuales, son los siguientes:

FACTURACIÓN Y DESCUENTO MEDIO POR PRODUCTO PARA TOTAL CLIENTES CORREOS QUE CONTRATAN SERVICIOS POSTALES TRADICIONALES POR UN VALOR DE > 100.000 € ANUALES (euros y %)			
	2010	2011	2012 (enero-mayo)
Facturación TOTAL*	[...]	[...]	[...]
Facturación Carta Ordinaria*	[...]	[...]	[...]
Carta ordinaria Local	[40-50%]	[50-60%]	[50-60%]
Carta ordinaria D1	[50-60%]	[50-60%]	[50-60%]
Carta ordinaria D2	[30-40%]	[30-40%]	[30-40%]
Facturación Carta Certificada*	[...]	[...]	[...]
Carta Certificada Local	[30-40%]	[30-40%]	[30-40%]
Carta Certificada D1	[30-40%]	[30-40%]	[30-40%]
Carta Certificada D2	[30-40%]	[30-40%]	[30-40%]
Descuento rappel	[1-2%]	[1-2%]	n.d.

Fuente: CORREOS (folios 2.479 y 2.693)

Nota: El descuento por regularidad se encuentra incluido dentro de los descuentos mensuales aplicados en factura.

*Incluye resto de SPU, incluido destino Internacional en cartas ordinarias y certificadas, así como servicios no universales, principalmente publicorreo nacional.

Por otro lado y en la medida en que sus volúmenes de envíos son más similares al de su principal competidor, UNIPOST, se le solicitaron los **descuentos aplicados** entre 2010 y 2012 a cada uno de los aproximadamente 170 remitentes de envíos masivos que contratan servicios

postales tradicionales con una **facturación anual superior a 1 millón de €uros** y que equivalen a más del 80% de los ingresos de CORREOS provenientes de remitentes de envíos masivos.

FACTURACIÓN Y DESCUENTO MEDIO POR PRODUCTO PARA TOTAL CLIENTES CORREOS QUE CONTRATAN SERVICIOS POSTALES TRADICIONALES POR UN VALOR DE > 1.000.000 € ANUALES (euros y %)			
	2010	2011	2012 (enero-mayo)
Facturación TOTAL*	[...]	[...]	[...]
<i>Carta ordinaria Local</i>	[40-50%]	[50-60%]	[50-60%]
<i>Carta ordinaria D1</i>	[40-50%]	[40-50%]	[40-50%]
<i>Carta ordinaria D2</i>	[20-30%]	[30-40%]	[30-40%]
<i>Carta Certificada Local</i>	[30-40%]	[30-40%]	[30-40%]
<i>Carta Certificada D1</i>	[30-40%]	[30-40%]	[30-40%]
<i>Carta Certificada D2</i>	[20-30%]	[20-30%]	[20-30%]
<i>Descuento por volumen</i>	[2-3%]	[2-3%]	<i>n.d.</i>

Fuente: Elaboración propia a partir de la información aportada de manera desglosada por CORREOS para cada cliente. Para la obtención del descuento medio aplicado por producto se ha tenido en cuenta el peso relativo de cada cliente en la facturación total de CORREOS (folios 2.480-2.641).

Nota: El descuento por regularidad se encuentra incluido dentro de los descuentos mensuales aplicados en factura.

**Incluye resto de SPU, incluido destino Internacional en cartas ordinarias y certificadas, así como servicios no universales.*

2º Contratos con los operadores postales alternativos vigentes durante el periodo 2010 a 2012 aportados por CORREOS a requerimiento de la Dirección de Investigación (Folios 2701 a 3042) se observa como 6 contratos con operadores postales alternativos se firmaron durante el año 2008; 3 en el año 2009; 2 en el año 2010; y 1 en el 2011. Actualmente se encuentran vigentes 11 de los contratos, ya que en 2012 CORREOS dejó de prestar servicios a SERVICE MAIL DEL VALLES S.L.

2.1 Objeto

Estos contratos tienen como objeto establecer las condiciones de acceso del operador postal alternativo a la red postal pública gestionada por CORREOS, respecto de los servicios no reservados incluidos en el ámbito del SPU, así como respecto a los servicios postales no incluidos en el ámbito del SPU, para los cuales el operador cuenta con una autorización administrativa general vigente.

Por otro lado, si bien los envíos interurbanos e internacionales de cartas y tarjetas postales con límite máximo de peso en 50 gramos cuya recogida, admisión, clasificación, entrega, tratamiento, curso, transporte y distribución se encontraban reservados, con carácter exclusivo, a CORREOS, hasta el final de 2010, lo cierto es que en la práctica los operadores alternativos

realizan parte de esas labores, y en los contratos se especificaban las condiciones en virtud de las que el operador postal alternativo depositaba en CORREOS dichos envíos postales reservados.

A partir del 1 de enero de 2011, no existiendo ya áreas no liberalizadas, el objeto de los contratos con los operadores alternativos es la prestación por parte de CORREOS de servicios postales y la realización por parte del operador postal alternativo de determinadas actividades que ahorran costes a CORREOS y que éste le traslada mediante descuentos.

2.2 Precio y descuentos

El precio que el operador postal alternativo deba abonar a CORREOS como contraprestación por los servicios mayoristas prestados es el correspondiente según las tarifas públicas vigentes de CORREOS. Sin perjuicio de la aplicación de los descuentos que procedan, el operador no podrá franquear los envíos postales que entregue a CORREOS por un importe distinto a la tarifa pública. El operador empleará el franqueo a máquina, como medio de pago a CORREOS por los servicios prestados, de conformidad con las condiciones descritas en el Anexo I al contrato.

Según se detalla en el Anexo II, CORREOS procederá a la aplicación a favor del operador de un descuento siempre que de las actividades que éste realiza sobre los envíos postales hasta su depósito en los Centros de Admisión Masiva de CORREOS, del volumen de envíos, de su composición de destino, de su grado de clasificación y de la regularidad de los depósitos, se derive una efectiva disminución de costes para CORREOS.

Por el ahorro de coste que le supone la realización por parte del operador de determinadas actividades sobre los envíos postales hasta el depósito en el centro de admisión masiva en las condiciones de preparación, clasificación, contenerización y presentación exigidas en el contrato, CORREOS aplica los siguientes descuentos sobre el importe de los envíos nacionales franqueados por el operador, idénticos para todos los operadores y para el periodo de análisis. El devengo de este descuento es mensual.

ANEXO II DE LOS CONTRATOS CORREOS DE SERVICIOS MAYORISTAS PARA OPERADORES POSTALES ALTERNATIVOS – DESCUENTOS POR AHORRO			
PRODUCTOS	LOCAL	DESTINO 1	DESTINO 2
<i>Cartas clasificadas G2 (urgentes y no urgentes)</i>	19,41%	19,41%	5,25%
<i>Cartas clasificadas G1 (urgentes y no urgentes)</i>	10,50%	10,50%	0,80%
<i>Cartas clasificadas G0 (urgentes y no urgentes)</i>	3,23%	3,23%	-
<i>Paquetería (cualquier peso)</i>	2,60%	2,60%	2,60%

<i>Publicorreo G2</i>	16,02%	16,02%	3,24%
<i>Publicorreo G1</i>	8,02%	8,02%	0%
<i>Publicorreo G0</i>	1,02%	1,02%	0%

Fuente: CORREOS (folios 2.701-3.042)

Como se desprende del anterior cuadro, CORREOS no especifica descuentos diferenciados según se trate del área reservada o no reservada y, por otro lado, aplica idénticos descuentos por producto con independencia de que se encuentre o no dentro del ámbito del SPU.

En cuanto a los descuentos por volumen, al igual que en los contratos con los remitentes de envíos masivos, en el Anexo II al contrato figuran unas tablas con puntos porcentuales de descuento a las tarifas oficiales según la escala de volumen de envío. El devengo de este descuento tendrá carácter anual.

El Anexo II contempla finalmente un descuento de regularidad que retribuye la contribución al sostenimiento y aprovechamiento óptimo de la red postal. A diferencia de los contratos con los remitentes de envíos masivos, sí se especifican las condiciones que deben de cumplirse y sí se establecen los porcentajes de descuento, concretamente en unas tablas con unos escalados referidos al número de días anuales con depósito en los centros de admisión masiva, u otros centros que designe CORREOS, en condiciones de regularidad. El devengo es anual, a diferencia de lo estipulado con los grandes clientes, donde es mensual.

Comparando los contratos en vigor con operadores postales alternativos a disposición de la Dirección de Investigación, se observa que las tablas de descuento adicional por volumen y de regularidad son idénticas entre operados y no se modifican de un año a otro, a pesar de lo cual en los contratos se señala que serán revisados con carácter anual tomando como base la contabilidad analítica de CORREOS. Tanto para cartas como paquetes el rango del descuento por volumen va de 0,85% a 1,60% y el de regularidad del 2% a 12%.

2.3 Requisitos de acceso

Los contratos de CORREOS con los operadores postales alternativos contienen una serie de requisitos mínimos para la admisión de los envíos en los centros de admisión masiva (Cláusula 2.1.5 de los contratos vigentes con la Ley Postal de 2008 y Anexo IV-A en los vigentes con la Ley Postal de 2010) según se encuentren o no incluidos en el SPU, a fin de permitir el

adecuado funcionamiento de la red postal titularidad de correos, y garantizar el tratamiento logístico posterior.

Asimismo, los contratos con los operadores contienen unos requisitos adicionales de presentación, separada por ámbito de destino, de clasificación, según el código postal que incluya, y de la correcta rotulación de los envases y/o contenedores (Cláusula 2.1.6-2.1.8 de los contratos vigentes con la Ley Postal de 1998 y Anexo IV-B en los vigentes con la Ley Postal de 2010).

Del análisis y comparación de estos contratos se observa que los anteriores requisitos de acceso de los operadores postales alternativos son idénticos a los requisitos establecidos por CORREOS a los remitentes de envíos masivos en los contratos que constan en el expediente de referencia¹.

2.4. Precios de acceso y descuentos efectivos a operadores postales alternativos

La **facturación total** de CORREOS proveniente de la prestación de servicios mayoristas de acceso a su red postal al resto de operadores asciende a [...] millones de euros, de los cuales un [60-70%] provienen de la gestión de cartas ordinarias nacionales y cartas certificadas nacionales, ambos servicios pertenecientes al SPU. El resto de servicios postales universales no alcanza apenas el [0-10%], correspondiendo el resto a servicios postales no universales, principalmente publicorreo nacional.

FACTURACIÓN DE CORREOS POR SERVICIOS MAYORISTAS A OPERADORES POSTALES ALTERNATIVOS			
(euros)			
	2010	2011	2012 (enero-mayo)
TOTAL	[...]	[...]	[...]
Facturación Carta Ordinaria*	[...]	[...]	[...]
Facturación Carta Ordinaria Urgente	[...]	[...]	[...]
Facturación Carta Certificada*	[...]	[...]	[...]
Facturación Carta Certificada Urgente	[...]	[...]	[...]
Facturación Paquete Postal**	[...]	[...]	[...]
Resto (destinos internacionales y no SPU)	[...]	[...]	[...]

Fuente: CORREOS (folio 2.693)

*Ordinaria/Certificada: según las tarifas publicadas en la web de CORREOS, incluiría todos los tramos de peso hasta 2kg

**Paquete Postal: según las tarifas publicadas en la web de CORREOS, incluiría todos los tramos de peso hasta 20kg, si bien hasta el 31 diciembre de 2010 el límite era de 10kg.

¹ Contratos con operadores postales alternativos (folios 2.701-3.042) y con remitentes de envíos masivos (folios 284-2.446)

En vista de lo anterior, y por seguir una línea común con lo establecido para los contratos de CORREOS con los grandes clientes, para simplificar el análisis, el desglose de los descuentos efectivamente aplicados por CORREOS para el servicio postal universal se realizará para el caso del envío nacional de cartas ordinarias y certificadas.

Como ya se ha señalado, los operadores postales alternativos disfrutaban, al igual que los remitentes de envíos masivos, de determinados descuentos aplicados sobre las tarifas postales generales vigentes publicadas por CORREOS. Así, de acuerdo con la información aportada por CORREOS, los **descuentos medios aplicados** a los operadores postales alternativos que contratan el acceso mayorista a la red postal para las cartas ordinarias y certificadas, son los siguientes:

FACTURACIÓN Y DESCUENTO MEDIO POR PRODUCTO POR SERVICIOS MAYORISTAS DE ACCESO DE CORREOS APLICADO AL TOTAL DE OPERADORES POSTALES ALTERNATIVOS (SIN DISTRIBUIR DESCUENTO DE REGULARIDAD PARA CADA PRODUCTO) (euros y %)			
	2010	2011	2012 (enero-mayo)
Facturación TOTAL (incluye destino Internacional y servicios no universales)	[...]	[...]	[...]
Facturación Carta Ordinaria	[...]	[...]	[...]
Carta ordinaria Local	[0-10%]	[0-10%]	[0-10%]
Carta ordinaria D1*	[0-10%]	[0-10%]	[0-10%]
Carta ordinaria D2*	[0-10%]	[0-10%]	[0-10%]
Facturación Carta Certificada	[...]	[...]	[...]
Carta Certificada Local	[0-10%]	[0-10%]	[0-10%]
Carta Certificada D1*	[0-10%]	[0-10%]	[0-10%]
Carta Certificada D2*	[0-10%]	[0-10%]	[0-10%]
Descuento rappel	[1-2%]	[1-2%]	<i>n.d.</i>
Descuento regularidad	[0-10%]	[0-10%]	<i>n.d.</i>

Fuente: CORREOS (folios 2.466-2.679 y 2.693-2.700)

*Para el año 2010 los descuentos se entienden aplicados sobre el área no reservada, es decir de más de 50 gr.

Nota: A diferencia de los descuentos por ahorro, los de volumen y regularidad devengan anualmente y se refieren al descuento medio aplicado al conjunto de servicios postales tradicionales contratados. Los descuentos por volumen y regularidad se han calculado sumando las cantidades anuales descontadas por CORREO a cada uno de los operadores dividido entre la facturación total por servicios postales tradicionales proveniente de aquellos operadores que han disfrutado de dichos descuentos.

En la medida en que los contratos con grandes clientes sí incluyen los descuentos por regularidad, ya que el devengo es mensual, y para poder realizar los cálculos posteriores de estrechamiento de márgenes en condiciones homogéneas, a continuación se han calculado los **descuentos medios** aplicados a los operadores privados **incorporando dicho descuento por regularidad**.

FACTURACIÓN Y DESCUENTO MEDIO POR PRODUCTO POR SERVICIOS MAYORISTAS DE ACCESO DE CORREOS APLICADO AL TOTAL DE OPERADORES POSTALES ALTERNATIVOS (DISTRIBUYENDO DESCUENTO DE REGULARIDAD CORRESPONDIENTE A CADA PRODUCTO) (euros y %)			
	2010**	2011	2012* (Enero-Mayo)
Facturación TOTAL (incluye destino Internacional y servicios no universales)	[...]	[...]	[...]
Facturación Carta Ordinaria	[...]	[...]	[...]
Carta ordinaria Local	[10-20%]	[10-20%]	[10-20%]
Carta ordinaria D1	[10-20%]	[10-20%]	[10-20%]
Carta ordinaria D2	[0-10%]	[0-10%]	[0-10%]
Facturación Carta Certificada	[...]	[...]	[...]
Carta Certificada Local	[10-20%]	[10-20%]	[10-20%]
Carta Certificada D1	[10-20%]	[10-20%]	[10-20%]
Carta Certificada D2	[0-10%]	[0-10%]	[0-10%]
Descuento rappel	[1-2%]	[1-2%]	<i>n.d.</i>

Fuente: CORREOS (folios 2.466-2.679 y 2.693-2.700)

Nota: El descuento por regularidad, en la medida en que no viene desglosado por servicio postal, se ha imputado a cada servicio el descuento medio anual para todo el conjunto de servicios postales tradicionales según se ha calculado en la anterior tabla.

*En 2012 se ha estimado el descuento aplicando por regularidad a partir de los datos del año 2011

**Para el año 2010 los descuentos se entienden aplicados sobre el área no reservada, es decir de más de 50 gr.

A continuación se muestran los **descuentos** concretos aplicados por CORREOS al principal operador privado, **UNIPOST**, y al otro operador denunciante, **AKRPOST**, sobre las tarifas postales generales vigentes publicadas por CORREOS, por los servicios de acceso a su red mayorista, en relación con las cartas ordinarias y certificadas, incorporando el descuento anual de regularidad.

FACTURACIÓN Y DESCUENTO MEDIO POR PRODUCTO POR SERVICIOS MAYORISTAS DE ACCESO DE CORREOS APLICADO A UNIPOST Y AKROPOST (euros y %)			
	2010	2011	2012 (enero-mayo)
UNIPOST			
Facturación TOTAL (incluye destino Internacional y servicios no universales)	[...]	[...]	[...]
Facturación Carta Ordinaria	[...]	[...]	[...]
Carta ordinaria Local	[...]	[...]	[...]
Carta ordinaria D1	[...]	[...]	[...]
Carta ordinaria D2	[...]	[...]	[...]
Facturación Carta Certificada	[...]	[...]	[...]
Carta Certificada Local	[...]	[...]	[...]
Carta Certificada D1	[...]	[...]	[...]
Carta Certificada D2	[...]	[...]	[...]
Descuento rappel	[...]	[...]	<i>n.d.</i>
	[...]	[...]	
AKROPOST			

Facturación TOTAL (incluye destino Internacional y servicios no universales)	[...]	[...]	[...]
Facturación Carta Ordinaria	[...]	[...]	[...]
Carta ordinaria Local	[...]	[...]	[...]
Carta ordinaria D1	[...]	[...]	[...]
Carta ordinaria D2	[...]	[...]	[...]
Descuento rappel	-	[...]	n.d.
		[...]	

Fuente: CORREOS (folios 2.466- 2.679 y 2.693-2.700)

*En 2012 se ha estimado el descuento aplicando por regularidad del año 2011

Para el año 2010 los descuentos se entienden aplicados sobre el área no reservada, es decir de más de 50gr.

Nota: El descuento por regularidad a UNIPOST, en la medida en que no viene desglosado para cada servicio postal, se le ha imputado a cada servicio el descuento anual global efectivamente aplicado a UNIPOST y AKROPOST por CORREOS según figura en la información facilitada por CORREOS (Folio 2.694).

NOVENO.- AKROPOST únicamente manifiesta en su escrito de alegaciones de 15 de Enero del 2013 “su conformidad con el contenido del Pliego de Concreción de Hechos” (Folios 3301 y 3302).

UNIPOST formuló escrito de alegaciones el día 28 de Enero del 2013 (Folios 3331 a 3335).

Y CORREOS en escrito 16 de Enero del 2013 (Folios 3303 a 3312) en el que, entre otros extremos, solicitaba que se admitiera como prueba la elaboración de un Informe de una consultora económica que complementarían los fundamentos económicos de sus alegaciones. Sin perjuicio de que CORREOS debería haber aportado el Informe junto con sus otras alegaciones para poder ser valorado, la Dirección de Investigación con fecha 21 de Enero del 2013 le requirió para que facilitara dicho Informe (Folio 3313), que fue aportado el día 8 de Febrero (Folios 3355 a 3528) después de una concesión de ampliación de plazo y, en todo caso, **fuera del plazo previsto por la normativa...con los efectos previstos en el Artículo 35 del Real Decreto 261/2008.**

HECHOS PROBADOS

PRIMERO.- Son partes en este Expediente Sancionador:

1º la denunciante UNIPOST S.A., principal operador postal privado de España, que gestiona 600 millones de envíos al año, para más de 15.000 empresas-clientes, de todos los sectores, a través de sus Centros de Servicio repartidos por todo el territorio nacional.

Desde su creación en 2011, fruto de la fusión de pequeños operadores postales privados, se ha consolidado como el primer operador privado y el principal competidor directo de Correos. Principalmente, se ha especializado en el correo empresarial y en la gestión integral de las campañas de marketing directo. En la actualidad la compañía presta sus servicios a empresas de cualquier sector, desde las principales entidades financieras, aseguradoras y empresas de telecomunicaciones, hasta asociaciones, organismos oficiales o pymes.

En el año 2011 facturó 110 millones de €uros.

2º la denunciante AKROPOST SERVICIOS POSTALES DEL PAIS VASCO S.A., está operativa desde el año 2003 y lo conforma un grupo de operadores postales privados, que se dedica a la distribución de correspondencia ordinaria y certificada, prensa y propaganda. Por volumen de negocios y facturación es líder de la distribución postal privada en el País Vasco.

3º la denunciada, SOCIEDAD ESTATAL CORREOS Y TELEGRAFOS S.A., es el principal operador postal de España y por capilaridad y cobertura territorial, con más de 10.000 puntos de acceso (son rurales 7.238) distribuye más de 4.000 millones de envíos al año y llega a 19 millones de hogares y 2 millones de empresas.

En el año 2010 facturó 1.970 millones de €uros y en el año 2011 facturó 1.946 millones de €uros.

La Ley 43/2010, de 30 de Diciembre, del Servicio Postal Universal de los derechos de los usuarios y del mercado postal **designa** a CORREOS por un periodo de 15 años *“como operador al que se encomienda la prestación del servicio postal universal, al ser la única entidad que está en condiciones de prestar el servicio con la calidad y extensión requeridas. Es, por tanto, el operador encargado por ley de la prestación del servicio postal universal en España, de acuerdo a unos requisitos de calidad, regularidad, accesibilidad y asequibilidad que hacen efectivo el derecho de todos los ciudadanos a las comunicaciones postales”*.

SEGUNDO.- A los efectos de este Expediente Sancionador se considera que los **mercados de producto relevantes** son: **(1)** el mercado minorista de prestación de servicios postales tradicionales a remitentes de envíos masivos de correo; y **(2)** el mercado mayorista de acceso a la red postal pública gestionada por CORREOS.

1º Mercado minorista. El ámbito del sector postal tradicional abarca dos grandes segmentos **(1)** el sector postal tradicional, que comprende la prestación del servicio de envío de cartas y paquetes postales de reducido peso en condiciones

estandarizadas, así como el envío de publicaciones periódicas, libros, catálogos y publicidad directa; y **(2)** paquetería y mensajería comercial e industrial.

La diferenciación de estos dos ámbitos de actuación se fundamenta en las distintas condiciones de funcionamiento y de competencia existentes entre ambos: **(a)** actuar en el sector postal tradicional exige una mayor capilaridad de red y unas economías de escala significativas y la competencia en este mercado está condicionada por la **regulación** de los precios que CORREOS cobra por sus servicios; y **(b)** el segmento de paquetería y mensajería industrial y comercial, lleva tiempo abierto a la competencia, la concentración de la oferta es limitada y existe un importante número de pequeños operadores que compiten en entornos locales. Se trata, además, de los servicios postales de mayor valor añadido.

En cuanto al sector postal tradicional, parte se prestan con **obligaciones de servicio público por un operador designado** y consiste en la provisión de servicios postales básicos (esencialmente, cartas y paquetes hasta un determinado peso), con unos **requisitos de calidad** y requiere la existencia de determinadas infraestructuras (oficinas abiertas al público o centros de admisión masiva). Dentro de este sector tradicional, CORREOS ha sido quien tradicionalmente se ha encargado de la provisión del Servicio Postal Universal, **reservándosele el monopolio de parte del mismo para sufragar su coste** (área reservada), que se ha visto constreñido a un plazo de 15 años ex Ley Postal 43/2010 con un ítem añadido como consecuencia de la regulación del sector habida a partir del 1 de Enero del 2011 que **liberaliza la totalidad del sector postal tradicional**.

Finalmente establecer que, **(1)** los operadores postales privados centran su actividad casi exclusivamente en la demanda proveniente de los grandes remitentes, que tiene mayor potencial de rentabilidad, al generar este tipo de clientes importantes economías de escala, al no ser necesario contar con una importante red de puntos de venta de servicios postales, algo que sí es necesario para prestar servicios a particulares y Pymes; y **(2)** asimismo, la normativa prevé que CORREOS pueda ofrecer descuentos y precios especiales a los remitentes de envíos masivos de correo, **en virtud de los costes evitados a CORREOS por las labores aguas arriba** (por ejemplo, la clasificación de envíos), respetando los principios de transparencia y no discriminación.

2º Mercado mayorista. CORREOS disfruta de una red postal irreplicable por su cobertura y capilaridad, desarrollada en el pasado al amparo de **derechos especiales y exclusivos**, sometida a obligaciones regulatorias de dar acceso mayorista a su red a terceros operadores postales, en condiciones competitivas, pues caso contrario estos nuevos entrantes no podrían cubrir gran parte del territorio nacional, por falta de economías de escala, lo que les impediría ofertar sus servicios.

En sí, los servicios mayoristas que CORREOS presta a sus competidores configuran un mercado relevante, en la medida que ningún otro operador puede replicar la capilaridad y cobertura de red.

TERCERO.- Mercado geográfico. CORREOS presta sus servicios mayoristas y minoristas de prestación de servicios postales tradicionales a remitentes de envíos masivos los realiza a **nivel nacional** (política comercial homogénea).

1º Situación competitiva de los mercados relevantes

Situación competitiva en el mercado minorista de prestación de servicios postales tradicionales a remitentes de envíos masivos de correo

El mercado minorista de prestación de servicios postales tradicionales a remitentes de envíos masivos de correo es un mercado maduro, en el que la demanda está cayendo paulatinamente, dado que el creciente uso de las nuevas tecnologías de la comunicación está sustituyendo paulatinamente a la correspondencia tradicional.

De acuerdo información facilitada por la CNSP, el volumen de ingresos del total de las actividades postales tradicionales² fue de 2.117 millones de euros en 2011, de los cuáles, según la Memoria Postal de 2010 de la CNSP, aproximadamente el 70% correspondería al SPU.

INGRESOS SECTOR POSTAL TRADICIONAL (miles de euros)			
	2009	2010	2011
TOTAL	2.215.578	2.140.854	2.116.992
CORREOS	2.043.700 (92,3%)	1.969.743 (92%)	1.946.100 (92%)
UNIPOST	109.009 (4,9%)	109.292 (5,1%)	109.854 (5,2%)
OTROS	62.869 (2,8%)	61.819 (2,9%)	61.038 (2,8%)

Fuente: CNSP (datos del Registro General de Operadores Postales), folio 3.110.

Si comparamos las cifras en términos de ingresos, de 2009 a 2011 cabe destacar que tanto UNIPOST como el conjunto agregado de operadores con autorización singular prácticamente no han experimentado apenas crecimiento, pues de un 7,8% del total han pasado a un 8% de los ingresos en 2011. CORREOS es por lo tanto el líder indiscutible con más del 90% de cuota en ingresos.

² Provenientes de empresas activas que disponen de autorización singular a 31 de diciembre de 2011 excluyendo las empresas consolidadoras y mensajerías.

En cuanto al número de envíos, según datos de la CNSP, CORREOS en 2011 tendría una participación en el mercado del 84% y UNIPOST del 11% (folio 3.110).

En el segmento de mercado postal tradicional correspondiente a grandes clientes o remitentes de envíos masivos de correo, se observa como CORREOS tiene un volumen de facturación [...] veces mayor que su principal competidor, UNIPOST.

INGRESOS CLIENTES DE CORREOS Y UNIPOST CON IMPORTE NETO FACTURACIÓN > 100.000 EUROS			
ANUALES			
(miles de euros)			
	2010	2011	2012 (enero-mayo)
CORREOS	[...]	[...]	[...]
UNIPOST	[...]	[...]	[...]

Fuente: CORREOS (folio 2.693) y UNIPOST (folio 3.048)

Situación competitiva en el mercado mayorista de acceso a la red postal gestionada por CORREOS

En relación con la estructura del mercado mayorista de acceso a la red de CORREOS, como ya se ha indicado, CORREOS es el único oferente de estos servicios.

En cuanto a los operadores postales privados que acuden a la red postal de CORREOS, se observa como en 2011 dos operadores sumaban más del 80% de los ingresos, con UNIPOST como principal demandante de los servicios de acceso de CORREOS.

OPERADORES QUE CONTRATAN CON CORREOS EL ACCESO MAYORISTA A LA RED POSTAL DE CORREOSE			
INGRESOS DE CORREOS GENERADOS POR ESTOS SERVICIOS MAYORISTAS			
(euros)			
	2010	2011	2012 (enero-mayo)
INGRESOS TOTALES	[...]	[...]	[...]
UNIPOST	[...]	[...]	[...]
MEYDIS S.L.	[...]	[...]	[...]
GUPOST S.A. PUBLICIDAD DIRECTA	[...]	[...]	[...]
NORCORREO	[...]	[...]	[...]
CARTES LLEIDA	[...]	[...]	[...]
SACECA GESTIÓN Y SERVICIOS	[...]	[...]	[...]
MEYPACK, S.A.	[...]	[...]	[...]
DAILY POST TOLEDO S.L.	[...]	[...]	[...]
MAILING VALLÉS, S.L.	[...]	[...]	[...]
SERVICE MAIL DEL VALLES S.L.	[...]	[...]	[...]
AKROPOST, S.A.	[...]	[...]	[...]
SERVICIOS DE COLABORACIÓN INTEGRAL	[...]	[...]	[...]

Fuente: CORREOS (folios 2.467 - 2.478)

CUARTO.- Regulación del Sector Postal

La Unión Europea (UE) inició a principios de los años noventa un proceso de liberalización del sector postal con la publicación del Libro verde sobre el desarrollo del mercado único de los servicios postales en 1992. Hasta ese momento, la gestión de los servicios postales por parte de empresas públicas en régimen de monopolio era el modelo predominante en la UE.

En 1993 se publicó una Comunicación sobre las líneas directrices para el desarrollo de los servicios postales comunitarios y, ya en 1997, la primera Directiva Postal. En 2002 se publicó una nueva Directiva que no introdujo cambios significativos. La culminación de este proceso desde un punto de vista regulatorio se produjo con la tercera Directiva postal, de 2008 (Directiva 2008/6/EC, de 20 de febrero), que debía ser transpuesta por parte de los Estados miembros antes del 31 de diciembre de 2010.

Esta trasposición de la tercera Directiva Postal al ordenamiento jurídico español se realizó el 31 de diciembre de 2010 con la Ley 43/2010, de 30 de diciembre, del servicio postal universal, de los derechos de los usuarios y del mercado postal (en adelante Ley Postal de 2010). Esta nueva ley reemplaza a la Ley 24/1998, de 13 de julio, del Servicio Postal Universal y de Liberalización de los Servicios Postales (en adelante Ley Postal de 1998) y modifica algunos de los preceptos de la Ley 23/2007, de 8 de octubre, de creación de la Comisión Nacional del Sector Postal (CNSP).

1º Servicio postal universal (SPU)

La normativa vigente hasta el 31 de diciembre de 2010, la **Ley Postal de 1998**, determinaba los servicios incluidos en el Servicio Postal Universal³ (SPU) y garantizaba la prestación de los mismos de acuerdo a las condiciones establecidas por el regulador.

En concreto, esta ley atribuyó la obligación de prestar el SPU a CORREOS, a quien la misma Ley asignó una serie de servicios para explotar en exclusividad, la denominada “Área reservada” que incluía: cartas interurbanas⁴ e

³ Se entiende por Servicio Postal Universal (SPU) el conjunto de servicios postales de calidad determinada en la ley y sus reglamentos de desarrollo, prestados en régimen ordinario y permanente en todo el territorio nacional y a precio asequible para todos los usuarios.

⁴ Para que cualquier otro operador pudiese realizar este tipo de actividades respecto de los envíos interurbanos, el precio que habría de percibir de los usuarios deberá ser, al menos, dos veces y media superior al correspondiente a los envíos ordinarios de la primera escala de peso de la categoría normalizada más rápida, fijado por CORREOS.

internacionales con peso inferior a 50 gramos, incluidos los servicios accesorios de certificado y valor declarado; las comunicaciones dirigidas por los ciudadanos a los órganos de las Administraciones Públicas; y el servicio de giro.

En cuanto a los servicios del “Área no reservada” o liberalizada, que podían ser prestados asimismo por los demás operadores postales siempre que dispusieran de la correspondiente autorización singular administrativa, incluía los servicios de carta local, carta interurbana e internacional de entre 50 gr y 2 kg y paquetes postales de menos de 10 kg.

En cuanto a los precios, la Ley Postal de 1998 en su artículo 31.1 establecía que “Los precios de los servicios postales no reservados, que lleve a cabo el operador al que se encomienda la prestación del servicio postal universal y cualquier otro operador en competencia, serán fijados libremente de acuerdo con las reglas del mercado. (...)”

El artículo 31 bis de la Ley Postal de 1998 añadía que “Cuando se apliquen tarifas especiales, tales como a los servicios a las empresas, a los remitentes de envíos masivos o a los preparadores del correo de varios clientes, los proveedores del servicio universal deberán respetar los principios de transparencia y no discriminación por lo que se refiere a las tarifas y a las condiciones asociadas. (...). Tales tarifas se propondrán también a los clientes particulares que utilicen estos servicios en condiciones similares.”

En relación con los descuentos asociados al área no reservada, el artículo 31 ter.1 de la Ley Postal de 1998 establecía que “(...) se podrán aplicar descuentos, siempre que la cantidad satisfecha cubra suficientemente el coste de los servicios afectados. Estos descuentos se efectuarán en función del volumen de los envíos que entregue un mismo usuario y del ahorro que suponga para el operador que presta el servicio postal universal la composición de los destinos, o el que, de forma previa a su transporte o distribución, aquél los clasifique y ordene, o los deposite en determinados lugares de admisión. En todo caso, estos descuentos deberán respetar los principios de accesibilidad general y no discriminación.”

La **Ley Postal de 2010**, que entró en vigor el 1 de enero de 2011 y deroga a la Ley Postal de 1998, culmina el proceso de reforma del sector postal, poniendo fin a un ciclo en el sector postal nacional, ya que el sector queda completamente liberalizado. Esta ley, en su disposición adicional primera, vuelve a designar por un periodo de 15 años a CORREOS como operador al que se encomienda la prestación del servicio postal universal.

El título III de esta Ley regula el SPU definiéndolo y exponiendo las condiciones de prestación de dicho servicio exigibles al operador designado por el Estado, así como los precios y otras condiciones tarifarias de los servicios postales.

De acuerdo con el artículo 21 de la Ley Postal de 2010, se incluyen en el ámbito del servicio postal universal las actividades de recogida, admisión, clasificación, transporte, distribución y entrega de envíos postales nacionales y transfronterizos en régimen ordinario de:

- Cartas y tarjetas postales de hasta 2 kilogramos de peso.
- Paquetes postales de hasta 20 kilogramos de peso, que contrasta con la anterior ley que fijaba el límite en los 10 kilogramos.

El título IV establece el principio de libre competencia para la prestación de los servicios postales en los términos fijados por la ley, atendiendo a la necesaria diferenciación entre servicios incluidos y no incluidos en el ámbito del SPU. Es decir, que ahora dentro del ámbito del SPU desaparece la denominada “área reservada” al operador público.

En relación a los precios, la Ley Postal de 2010 en su artículo 34.1 indica que “Los precios de los servicios postales prestados bajo régimen de obligaciones de servicio público deberán ser asequibles, transparentes y no discriminatorios y fijarse teniendo en cuenta los costes reales del servicio, de modo que ofrezcan incentivos para la prestación eficiente del mismo.”

Además, el artículo 34.2 de la Ley Postal de 2010 establece que “El operador designado deberá comunicar a la Comisión Nacional del Sector Postal tanto el establecimiento de nuevos precios como la modificación de los precios ya vigentes de los servicios prestados con obligaciones de servicio público con, al menos, tres meses de antelación a la fecha prevista para su aplicación. La comunicación irá acompañada de una memoria justificativa del cumplimiento de los principios indicados en el presente artículo. (...). Los precios serán publicados en los sitios web de la Comisión [CNSP] y del operador designado.”

En esta norma se mantiene asimismo la posibilidad para el operador designado del SPU de ofrecer descuentos a determinados usuarios que tengan la consideración de remitentes de envíos masivos o preparadores o consolidadores de correo. Concretamente, el artículo 35.1 de la Ley Postal de 2010 establece que

“Cuando el operador designado para la prestación del servicio postal universal [CORREOS] aplique descuentos a los remitentes de envíos masivos de correo, en la prestación de los servicios para los que ha sido designado, deberá respetar los principios de transparencia y no discriminación. El operador designado deberá ofrecer los mismos descuentos o precios especiales a los demás usuarios, tales como particulares y pequeñas y medianas empresas o fundaciones y entidades asociativas declaradas de utilidad pública, siempre que efectúen envíos en condiciones similares.”

A continuación se facilita un cuadro resumen de cómo ha variado la regulación de los servicios postales tradicionales durante el periodo estudiado en el presente expediente.

CUADRO RESUMEN SERVICIOS POSTALES TRADICIONALES			
SERVICIOS POSTALES SEGÚN LA LEY 24/1998			
SPU	AREA RESERVADA	<ol style="list-style-type: none"> 1. Giro postal 2. Carta interurbana <50gr. (Otros operadores que quieran hacer este tipo de actividades deben poner el precio = precio autorizado x 2,5). 3. Carta internacional <50gr 4. Comunicación de AAPP. 	Precios autorizados, con posibilidad descuentos.
	AREA NO RESERVADA	<ol style="list-style-type: none"> 1. Carta local 2. Carta interurbana >50gr 3. Carta internacional >50gr 4. Paquete postal <10kg 	Precios libres (pudiendo el Ministerio de Fomento establecer máximos). Posibilidad de descuentos
NO SPU		Resto de servicios postales tradicionales: Publiccorreos, Publicaciones Periódicas, Libros, Carta Urgente (Ordinaria y Certificada) y Paquetería >10kg.	Precios fijados libremente según el mercado
SERVICIOS POSTALES SEGÚN LA LEY 43/2010			
SPU		<ol style="list-style-type: none"> 1. Cartas < 2kg 2. Paquetes < 20 kg 	Precios libres (debiendo comunicar los mismos al regulador así como publicarlos) Posibilidad de descuentos
NO SPU		Resto de servicios postales tradicionales: Publiccorreos, Publicaciones Periódicas, Libros, Carta Urgente (Ordinaria y Certificada) y Paquetería >20kg.	Precios fijados libremente según el mercado

Fuente: Elaboración propia

2º Acceso a la red postal pública

El artículo 23.2 de la Ley Postal de 1998 definía la red postal pública como el conjunto de los medios de todo orden empleados por el operador al que se encomienda la prestación del SPU (CORREOS), que permiten al mismo la prestación de todos los servicios englobados en la cadena de valor que conforma el servicio postal, desde la recogida hasta la entrega de los envíos postales amparados por una obligación de servicio universal.

El calificativo de pública que se atribuye a la mayor parte de la red postal de CORREOS no deriva de la titularidad patrimonial de los activos que conforman la red, sino de la obligación de poner la red a disposición de todo aquel que desee hacer uso de la misma.

El acceso especial a la red postal pública por parte de los operadores alternativos, que suele diferir del acceso de cualquier usuario final, supone la puesta a disposición de los mismos de recursos o servicios del tradicional monopolista a fin de que los operadores alternativos puedan prestar sus propios servicios.

Por lo tanto los operadores alternativos requieren un acceso a la red postal pública en condiciones especiales. Por una parte, el punto de acceso físico a la red suele ser diferente, pues se requiere el acceso en puntos intermedios de la red y no en los buzones habituales. Por otra parte, las condiciones de acceso, tanto de precio como de calidad, también suelen ser diferentes, ya que si un operador alternativo proporciona los envíos ya clasificados por destino, por peso y tamaño y carácter del envío (urgente, certificado, etc.) el precio del servicio debería ser menor, ya que CORREOS se evita incurrir en los costes generados por la clasificación de los envíos.

El acceso aguas arriba se produce en un estadio inicial de la cadena de valor del envío postal, y es el acceso especial requerido por empresas especializadas en la recogida, tratamiento y clasificación de los envíos que, no obstante, no participan en el transporte y distribución de los mismos.

En los últimos años han venido proliferando lo que se denominado “empresas preparadoras”. Estas empresas se encargan de imprimir, ensobrar envíos masivos, fundamentalmente para grandes clientes (facturas, publicidad directa, etc.), para entregarlos a CORREOS para su transporte, distribución y entrega al destinatario. En sentido estricto, la mayor parte de la labor de estas

empresas no puede ser calificada de servicio postal (por ejemplo, la impresión y el ensobrado). Sin embargo, estas entidades también realizan la labor de recogida y clasificación de los envíos, que sí son considerados servicios postales por la norma. En estos casos, si se establece un mecanismo de recepción de los envíos ya clasificados directamente en los centros establecidos por CORREOS, se produce un ahorro en los costes del operador público que deberían reflejarse en los precios.

El acceso aguas abajo, solicitado principalmente por operadores postales privados, se caracterizaría por producirse en un estadio más avanzado del envío. El operador alternativo se encargaría no sólo de clasificar los envíos, sino de transportarlos a sus diferentes zonas de destino, entregándolos a CORREOS para que proceda directamente a su distribución al domicilio de los diferentes destinatarios. El operador alternativo podría así aparecer ante el cliente como el gestor del envío, subcontratando posteriormente a CORREOS para la gestión de una parte del trabajo, aquella que plantea mayores barreras de entrada, la distribución. Cabe incluso que el operador alternativo procediese a la distribución y entrega de los envíos en algunos casos (zonas urbanas) y se beneficiase del acceso especial aguas abajo a la red de CORREOS para la distribución de los envíos dirigidos a zonas rurales, donde las barreras a la entrada son mayores.

La regulación del acceso a la red de CORREOS establecida por la Ley Postal de 1998 recogía una obligación de dar acceso bajo unas determinadas condiciones generales, y se dejaba a la negociación entre las partes para que, respetando estas condiciones generales, negociasen el precio a pagar, teniendo en cuenta factores como la regularidad de las entregas, la homogeneidad de los objetos postales, el lugar de entrega, el grado de clasificación previa del correo y el volumen de correo entregado al propietario de la red.

Por otro lado, el regulador era competente para resolver los posibles conflictos y garantizar el acceso en condiciones de transparencia, objetividad y no discriminación. En todo caso, las condiciones de acceso pactadas debían ser iguales o equivalentes a las aplicadas por el gestor de la red a sus propias filiales, empresas, entidades asociadas o colaboradoras, a los remitentes de envíos masivos o a los preparadores del correo de varios clientes.

El desarrollo de estas previsiones se realizó a través del Real Decreto 1298/2006, de 10 de noviembre, por el que se regula el acceso a la red postal pública y se determina el procedimiento de resolución de conflictos entre operadores postales. Esta norma sigue vigente al no haber sido derogada explícitamente por la nueva Ley Postal de 2010.

Según lo dispuesto en el Real Decreto 1298/2006, en el área no reservada CORREOS facilitará el acceso a la red postal conforme a los principios de transparencia, objetividad y no discriminación.

En el ámbito reservado del SPU, el Real Decreto 1298/2006, establece que CORREOS deberá simplificar la actuación empresarial de los operadores postales privados, de mejorar la calidad y dar cumplimiento a la reserva establecida en el artículo 18 de la Ley Postal de 1998, ordenar las condiciones de depósito de los envíos postales cuya admisión, clasificación, transporte y distribución tiene reservados en exclusiva.

Dicho Real Decreto recoge que el Subsecretario del Ministerio de Fomento aprobaría estas condiciones de referencia, que finalmente fueron aprobadas en 2007⁵ y siguen actualmente vigentes, sin que se hayan publicado otras siguiendo el procedimiento establecido.

Las condiciones de referencia vigentes establecen un marco general para la negociación de contratos de acceso a la red postal pública. En estas condiciones se determinan una serie de centros de admisión y un horario de recepción; ciertas exigencias de antelación en la comunicación del envío; volumen mínimo de envíos anuales y también por envío; exigencias de normalización para su procesado; condiciones de preparación, contenerización y presentación de los envíos; exigencias de calidad y una serie de condiciones de facturación, sistemas de franqueo y pago del servicio.

En cuanto a la fijación de los precios de referencia del servicio, se sigue un modelo de tipo *retail minus*, que aplica un descuento al precio minorista, atendiendo esencialmente a los costes evitados por el trabajo previo.

Los descuentos, aplicados sobre el precio uniforme regulado del servicio, son distintos para cartas y paquetes y varían según el destino y el nivel de clasificación:

- Destino 1: capitales de provincia y poblaciones mayores de 50.000 habitantes, a excepción de entornos especiales.
- Destino 2: resto.

⁵ Resolución de 23 de abril de 2007, de la Subsecretaría del Ministerio de Fomento, por la que se aprueban las condiciones de referencia de carácter provisional para el acceso a la red postal pública.

- Clasificación de cartas (Gi): atiende al grado de detalle en la preclasificación del correo; G0 (sin clasificación), G1 (código postal a nivel provincial) y G2 (código postal completo).

El cálculo de los precios se completa con la aplicación de descuentos adicionales por volumen de envíos, distinguiendo entre cartas locales, cartas interurbanas e internacionales y paquetes de hasta 10 kg. Además, se incentiva la regularidad a través de otro mecanismo de descuento. Finalmente, se contempla la opción de negociar descuentos adicionales cuando supongan un efectivo ahorro de costes para el operador público o una optimización de los recursos que constituyen la red postal pública.

La nueva Ley Postal de 2010 introduce cambios⁶ en las condiciones económicas del acceso a la red respecto a la normativa anteriormente vigente, que afectan especialmente al criterio de determinación del precio de acceso a la red, si bien estas nuevas previsiones legales todavía no han sido aplicadas por falta de desarrollo reglamentario.

Por otro lado, tanto la normativa nacional postal antes vigente como la actual establecen la obligación de que las condiciones de acceso a la red postal se ajusten a los principios de transparencia, proporcionalidad y no discriminación.

Finalmente, la nueva Ley Postal de 2010, en su artículo 45, establece que el operador designado para prestar el SPU elaborará un contrato tipo de acceso a la red postal por parte de los titulares de la autorización administrativa singular, aunque éstos podrán negociar condiciones distintas.

Sin embargo a fecha de hoy no ha tenido entrada en la CNSP para su aprobación el contrato tipo de acceso a la red postal. CORREOS, en este sentido, ha ido prorrogando, de forma sucesiva y con carácter temporal limitado, las relaciones contractuales con los operadores que acceden a su red.

En el supuesto de que estas negociaciones no hubieran concluido en la celebración de un contrato por inexistencia de acuerdo entre las partes, cualquiera de ellas podrá solicitar a la CNSP (anteriormente al Ministerio de

⁶ La nueva Ley postal sustituye el criterio de determinación del precio basado en un sistema de tipo *retail minus* por el de exigencia de cobertura del coste del acceso a la red, lo que conlleva que todo operador privado que quiera acceder a la red de CORREOS deberá soportar todos los costes imputables a las actividades que el operador designado debe realizar tras la recepción de los envíos recibidos de dicho operador privado. Es decir se opta por una orientación a costes de los precios del servicio mayorista de acceso. Sin embargo, esta previsión todavía no se ha desarrollado reglamentariamente.

Fomento) que establezca las condiciones de acceso, que serán vinculantes para ambas partes, siendo esto lo que ha sucedido con el actual contrato en vigor entre CORREOS y UNIPOST.

En este sentido, con fecha de 15 de junio de 2007, UNIPOST inició con CORREOS un proceso de negociación del contrato que debía regular el acceso a la red postal pública que gestiona dicho operador. Finalizado el plazo de negociación de 2 meses que establece el Real Decreto 1298/2006 y, ante la ausencia de acuerdo entre las partes, con fecha 17 de agosto de 2007 UNIPOST solicitó al Ministerio de Fomento que se iniciara el procedimiento de resolución de conflicto para el acceso a la red postal pública. El 21 de diciembre de 2007 se dictó resolución vinculante en la cual se establecieron las condiciones del acceso de UNIPOST a la citada red (folios 3.006 a 3.042).

QUINTO.- La Dirección de Investigación, de la Comisión Nacional de la Competencia, hoy ambas extintas, con amparo en lo dispuesto en el Artículo 33.1 del Real Decreto 261/2008 de 22 de Febrero, por el que se aprueba el Reglamento de Defensa de la Competencia, **concluye** *“considerando que la conducta consistente en la aplicación por CORREOS de una estructura de precios mayoristas a operadores postales alternativos por servicios a su red postal y de precios minoristas a remitentes de envíos masivos de correo por servicios postales tradicionales, han dado lugar a un estrechamiento de márgenes de los operadores postales alternativos, lo que supone un abuso de posición de dominio de CORREOS en el mercado mayorista de servicios de acceso a la red postal pública de Correos mediante la aplicación de precios inequitativos, que genera la exclusión de estos operadores postales alternativos y constituye una infracción única y continuada tipificada en el Artículo 2 de la Ley 15/2007 de Defensa de la Competencia y del Artículo 102 del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea”*.

“Es responsable de dicha infracción la SOCIEDAD ESTATAL CORREOS Y TELEGRAFOS S.A.”.

Al efecto, previamente establece los siguientes particulares:

1º Aplicabilidad del artículo 2 de la LDC y del artículo 102 del TFUE

El artículo 2 de la LDC establece que: “1. Queda prohibida la explotación abusiva por una o varias empresas de su posición de dominio en todo o en parte del mercado nacional. 2. El abuso podrá consistir, en particular, en: a) La imposición, de forma directa o indirecta, de precios u otras condiciones comerciales o de servicios no equitativos. b) La limitación de la producción, la distribución o el desarrollo técnico en perjuicio injustificado de las empresas o de

los consumidores. c) La negativa injustificada a satisfacer las demandas de compra de productos o de prestación de servicios. d) La aplicación, en las relaciones comerciales o de servicios, de condiciones desiguales para prestaciones equivalentes, que coloquen a unos competidores en situación desventajosa frente a otros. e) La subordinación de la celebración de contratos a la aceptación de prestaciones suplementarias que, por su naturaleza o con arreglo a los usos de comercio no guarden relación con el objeto de tales contratos. [...]”.

El artículo 102 del TFUE tiene un contenido similar. Así, dicho artículo señala que: “Será incompatible con el mercado interior y quedará prohibida, en la medida en que pueda afectar al comercio entre los Estados miembros, la explotación abusiva, por parte de una o más empresas, de una posición dominante en el mercado interior o en una parte sustancial del mismo. Tales prácticas abusivas podrán consistir, particularmente, en: a) imponer directa o indirectamente precios de compra, de venta u otras condiciones de transacción no equitativas; b) limitar la producción, el mercado o el desarrollo técnico en perjuicio de los consumidores; c) aplicar a terceros contratantes condiciones desiguales para prestaciones equivalentes, que ocasionen a éstos una desventaja competitiva; d) subordinar la celebración de contratos a la aceptación, por los otros contratantes, de prestaciones suplementarias que, por su naturaleza o según los usos mercantiles, no guarden relación alguna con el objeto de dichos contratos”.

De lo anterior se deduce que el primer elemento clave para poder apreciar una infracción del artículo 2 de la LDC y del artículo 102 del TFUE son que la empresa denunciada, en este caso CORREOS, disponga de una posición de dominio en algún mercado relevante, y que ésta haya incurrido en una explotación abusiva de dicha posición de dominio.

En todo caso, con carácter previo es necesario determinar si la conducta de CORREOS investigada puede afectar al comercio intracomunitario, de cara a la aplicabilidad del artículo 102 del TFUE.

2º Afectación al comercio intracomunitario

En relación con esta cuestión, en primer lugar cabe señalar que CORREOS opera a nivel nacional y su red postal se extiende por todo el país, por lo que la conducta investigada afecta a la totalidad del territorio español, que es una parte significativa de la UE.

Además, los actuales competidores como UNIPOST (que también opera en otros países miembros de la UE) y potenciales operadores postales de cualquier

país miembro de la UE, pueden verse afectados, en la medida en que como consecuencia de las conductas investigadas verían limitada su capacidad de operar en el sector postal tradicional en España, lo que podría limitar o excluir su acceso a este ámbito geográfico, y daría lugar a una afectación al comercio intracomunitario.

En definitiva, se cumplen los criterios de posible afectación al comercio entre Estados miembros desarrollados en la Comunicación de la Comisión Europea de directrices relativas al concepto de efecto sobre el comercio⁷, lo que permite la aplicación del artículo 102 TFUE a los efectos del presente expediente.

3º Posición de dominio

La práctica de las autoridades de competencia y la jurisprudencia ha delimitado la posición de dominio como una posición de poder económico en un mercado que permite al que la ostenta comportarse con relativa independencia respecto de sus competidores, clientes y, en último término, consumidores.

Como ya se ha señalado, CORREOS es una empresa verticalmente integrada que, por una parte, presta servicios en el ámbito minorista de los servicios postales tradicionales, con una cuota superior al 90%, siendo esta cuota de mercado muy significativa y en todo caso muy superior al 50% en el mercado minorista de prestación de servicios postales tradicionales a remitentes de envíos masivos de correo.

Por otra parte, CORREOS es titular de la mayor red postal de España, con cobertura en todo el territorio nacional y con una capilaridad muy significativa. Asimismo, CORREOS es el único operador que presta servicios mayoristas de acceso con una cobertura nacional.

Asimismo, según la Ley Postal de 2010 ha sido designado de nuevo por 15 años como gestor del SPU, lo que conlleva una serie de obligaciones pero también de derechos, que contribuirán al mantenimiento durante un largo periodo de tiempo de un elevado poder de mercado en el sector de los servicios postales tradicionales.

A su vez, la red postal gestionada por CORREOS es difícilmente replicable pues los operadores privados no gozan de las economías de escala suficientes para afrontar los gastos del despliegue de una red propia que replique la cobertura y capilaridad de la red de CORREOS.

⁷ Directrices relativas al concepto de efecto sobre el comercio contenido en los artículos 81 y 82 del Tratado (2004/C 101/107).

Por estos motivos, esta Dirección de Investigación considera que CORREOS dispone de una posición de dominio en el mercado mayorista de acceso a la red postal pública gestionada por CORREOS, donde cuenta con una posición de monopolio. Asimismo, CORREOS también dispondría de una posición de dominio en el ámbito minorista de servicios postales tradicionales y, en particular, en el mercado minorista de prestación de servicios postales tradicionales a remitentes de envíos masivos de correo.

4º El abuso

Dentro de las condiciones de acceso a la red por parte de competidores de CORREOS, el margen del que dispongan los competidores aparece como un elemento esencial para garantizar el desarrollo de la competencia a nivel minorista, especialmente de cara a la prestación de servicios a grandes clientes, que son aquéllos para los que un operador postal alternativo tiene más fácil alcanzar las economías de escala necesarias para operar de forma sostenida y competitiva.

Según la práctica de las autoridades de competencia nacionales y comunitarias, una de las modalidades de abuso exclusionario contrario a los artículos 2 LDC y 102 TFUE es el estrechamiento de márgenes, en la medida que genere un tratamiento inequitativo entre competidores (clientes mayoristas) y clientes minoristas del operador dominante, generando la exclusión de los primeros de los mercados minoristas afectados.

En este caso, una empresa verticalmente integrada y que disfruta de una posición de dominio aguas arriba, puede excluir a sus competidores en el mercado minorista de manera indirecta, en este caso dejándoles un margen de beneficio bajo o negativo, dando acceso a un insumo muy relevante para competir aguas abajo, en condiciones tales que sus competidores no puedan competir eficazmente con el operador dominante de forma duradera, ni siquiera cuando tales competidores cuentan con igual grado de eficiencia que dicho operador dominante.

En este sentido, CORREOS es una empresa verticalmente integrada que, por una parte, presta servicios postales tradicionales minoristas y que, por otra, controla una red a través de la cual presta servicios mayoristas de acceso, siendo estos servicios mayoristas de acceso muy importantes para competir en el ámbito minorista, en la medida que no es económicamente viable que los competidores repliquen la cobertura y capilaridad de la red postal de CORREOS.

A la vista de lo anterior, las políticas de precios mayoristas y minoristas de CORREOS podrían ser abusivas si se produjese un estrechamiento de márgenes que tuviera por efecto excluir o reducir la presión competitiva de oferentes alternativos, como UNIPOST o AKROPOST, en el ámbito minorista del sector postal tradicional en España y, en particular, en el mercado minorista de prestación de servicios postales tradicionales a remitentes de envíos masivos, donde se concentra la actividad de la mayor parte de los competidores de CORREOS.

En los siguientes apartados se acreditará que al menos desde 2010 hasta mayo de 2012, CORREOS ha incurrido en un estrechamiento de márgenes resultante de aplicar unos precios mayoristas de acceso a la red postal pública que impiden a un competidor igualmente eficiente replicar la oferta minorista de CORREOS en la prestación de servicios postales tradicionales a remitentes de envíos masivos, sin que exista justificación objetiva para la fijación de estos niveles de precios mayoristas y minoristas.

A la hora de hacer este análisis, por motivos de disponibilidad de datos y simplicidad, esta Dirección de Investigación ha limitado el mismo a los envíos nacionales de cartas ordinarias y certificadas, que representan en el periodo analizado más del 60% de los ingresos de CORREOS, tanto en el mercado minorista de prestación de servicios postales tradicionales a remitentes de envíos masivos de correo, como en el mercado mayorista de servicios de acceso a la red de CORREOS.

Adicionalmente, como se indica en los hechos acreditados, para el servicio más importante que no se ha analizado específicamente, el publicorreo nacional, el descuento que obtienen los grandes clientes de CORREOS oscila entre el [10-20%] y [50-60%], mientras que el descuento aplicado a los operadores postales alternativos no supera el [10-20%], por lo que con toda probabilidad, también habría un margen negativo muy significativo en este ámbito.

De cara a desarrollar el análisis del estrechamiento de márgenes, en primer lugar, se establece la metodología para el cálculo de estrechamiento de márgenes, para a continuación demostrar la existencia del mismo. En segundo lugar, se valora que dicho estrechamiento de márgenes se ha producido sin justificación objetiva y que ha restringido la competencia en la prestación de servicios postales tradicionales minoristas en España, contribuyendo a que la cuota de mercado de CORREOS apenas se haya reducido en el periodo analizado a pesar de la liberalización del mercado.

5º Método de análisis de estrechamiento de márgenes

En cuanto al método utilizado para determinar si se produce el estrechamiento de márgenes abusivo de una posición de dominio, en línea con los precedentes⁸ éste consiste en examinar si las prácticas tarifarias de una empresa dominante amenazan con expulsar del mercado a un operador económico tan eficiente como dicha empresa basándose únicamente en las tarifas y los costes de ésta, y no en la situación específica de sus competidores. En efecto, un criterio de este tipo permite comprobar si CORREOS habría podido ofrecer sus servicios minoristas a sus grandes clientes sin pérdidas si hubiese estado previamente obligado a pagar sus propios precios mayoristas por los servicios de acceso a la red postal. Asimismo, este criterio se ajusta al principio de seguridad jurídica, dado que permite a las empresas dominantes, que conocen necesariamente sus propios costes y precios mayoristas y minoristas, apreciar la legalidad de su propio comportamiento.

Los productos minoristas de CORREOS a replicar en este análisis son los correspondientes al envío nacional de cartas ordinarias y cartas certificadas de menos de 2 kg de peso.

Por otra parte, el 8 de marzo de 2012 el Consejo de la CNC dictó una resolución de cierre de la vigilancia del Acuerdo de Terminación Convencional de 15 de septiembre de 2005 en el expediente VATC/2458 ASEMPRE / CORREOS, en la que invita a la Dirección de Investigación a analizar la compatibilidad de la conducta de CORREOS en relación con los precios aplicados a grandes clientes en los años 2010 y 2011 con la LDC. En vista de lo anterior, el periodo de referencia será desde el año 2010 hasta las últimas cifras disponibles, que corresponden a mayo de 2012.

Como consecuencia del cambio regulatorio en 2011, para el análisis realizado en el año 2010 únicamente se tendrá en cuenta los productos postales de referencia, cartas ordinarias y certificadas, correspondientes al área no reservada a CORREOS, es decir todas aquellas con destino local y las de más de 50 grs con destino interurbano.

En cuanto a los precios minoristas que se utilizarán en el cálculo del estrechamiento de márgenes, éstos son los precios medios por los servicios de

⁸ Ver la Sentencia del Tribunal de Justicia de la Unión Europea (TJUE), de 17 de febrero de 2011 en el procedimiento prejudicial C-52/09 TeliaSonera,

envío nacional de cartas ordinarias y cartas certificadas de menos de 2 kg de peso aplicados por CORREOS a los remitentes de envíos masivos.

A diferencia de los clientes minoristas de menor envergadura, a los cuales les aplica las tarifas postales generales vigentes publicadas por CORREOS, a los remitentes de envíos masivos CORREO les aplica importantes descuentos, tal y como se ha acreditado en el apartado 6.1.4 de este Pliego.

Mediante requerimiento de información se solicitó a CORREOS que facilitará los precios medios cobrados a los remitentes de envíos masivos para distintos servicios postales tradicionales en el periodo de referencia, desglosando los descuentos medios aplicados a los mismos sobre las tarifas postales generales vigentes publicadas por CORREOS. Según la información facilitada por CORREOS y como se ha desarrollado anteriormente en el Pliego, los descuentos por ahorro en costes y por regularidad, que se devengan mensualmente, figuran atribuidos directamente a cada servicio postal, en tanto que el descuento por volumen, cuyo devengo es anual, se aplica de forma separada sobre el conjunto de servicios postales tradicionales contratados.

Por otra parte, y como se ha señalado anteriormente, para que un operador postal alternativo pueda prestar los servicios postales de referencia es muy relevante que tenga acceso a la red postal gestionada por CORREOS, en la medida que una parte importante de la misma es económicamente irreplicable, especialmente para los nuevos entrantes. Por lo tanto, un operador postal alternativo que quisiera competir con CORREOS en el mercado minorista de servicios postales tradicionales prestados a remitentes de envíos masivos necesitará previamente obtener unas condiciones de acceso a la red postal de CORREOS.

Al igual que sucede con los grandes clientes, CORREOS otorga a los operadores postales alternativos unos descuentos por entregar en los centros de admisión masiva (u otro centro designado por CORREOS) los servicios postales tradicionales contratados en las condiciones que se estipulan por contrato.

En este sentido, se solicitó a CORREOS que facilitara para distintos servicios postales tradicionales, en el periodo de referencia, los precios de acceso y los descuentos aplicados a cada uno de los operadores postales con los que tuviera firmado un contrato de acceso a la red postal pública.

A partir de dicha información aportada por CORREOS se ha calculado el descuento medio aplicado al conjunto de operadores postales alternativos para los productos y periodo de referencia. Los descuentos aplicados por CORREOS a los operadores postales alternativos tienen algunas diferencias con los descuentos aplicados a los grandes clientes. Así, los descuentos aplicados a los operadores postales alternativos son de tres tipos: el de ahorro, que se desglosa para categorías de productos más amplias que las aplicadas a los grandes clientes y cuyo devengo es mensual; el de regularidad, que se devenga de forma anual y se aplica al conjunto de productos contratados, a diferencia de lo que sucede con los grandes clientes; y el de volumen, cuyo devengo es anual y se aplica sobre el conjunto de productos.

Finalmente, en la medida en que los márgenes calculados a partir de la diferencia entre precios minoristas y costes mayoristas ya salen negativos, no es preciso entrar a evaluar los costes del operador dominante por las actividades no cubiertas por los servicios mayoristas de acceso, ya que bajo cualquier estándar de costes que se utilice para estimar el coste de estas actividades no cubiertas por los servicios mayoristas de acceso, o incluso si se asumiera que el coste de estas actividades adicionales es cero, se produciría un estrechamiento de márgenes.

6º Cálculo del estrechamiento de márgenes

A la hora de hacer la comparación entre los precios mayoristas efectivamente aplicados por CORREOS a los operadores postales alternativos, y los precios minoristas efectivamente aplicados por CORREOS a los remitentes de envíos masivos para distintos servicios postales tradicionales, conviene tener en cuenta que de los hechos acreditados se desprende que las condiciones establecidas para poder obtener los distintos descuentos establecidos en los contratos de CORREOS con los remitentes de envíos masivos y con los operadores postales alternativos, son equivalentes.

En relación con los descuentos, en los precios minoristas y mayoristas se han aplicado los descuentos por ahorro y regularidad en los términos señalados en los apartados 6.1.4 y 6.2.4 del Pliego.

Sin embargo, el descuento por volumen no se ha incluido en los cálculos, en la medida en que su devengo es anual, su cuantía es muy similar a nivel mayorista y minorista, y su importancia relativa es reducida, pues nunca supera el 2,5%. Por este motivo, la inclusión o no de estos descuentos no afecta a las conclusiones del análisis.

Para facilitar los cálculos, y teniendo en cuenta que lo que se negocia es un descuento concreto sobre un precio de referencia publicado por CORREOS, común para los grandes clientes y los operadores postales alternativos, se ha asumido el supuesto de que en todos los casos ese precio de referencia tiene valor nominal de 100 para todos los servicios postales a analizar.

Así, el margen resultante se calcula por la diferencia entre los precios minoristas medios aplicados por CORREOS a los remitentes de envíos masivos de correo, y los precios mayoristas medios aplicados por CORREOS a los operadores postales alternativos por el acceso a la red postal de CORREOS.

CALCULO MÁRGENES ENTRE PRECIOS MEDIOS SERVICIOS MAYORISTAS Y PRECIOS MEDIOS SERVICIOS MINORISTAS A CLIENTES > 100.000 € FACTURACIÓN ANUAL (precios nominales base 100)			
	2010***	2011	2012 (enero-mayo)
PRECIO MINORISTA MEDIO* APLICADO POR CORREOS A REMITENTES CON FACTURACIÓN > 100.000 € ANUALES			
<i>Carta ordinaria Local</i>	[50-60]	[40-50]	[40-50]
<i>Carta ordinaria D1</i>	[40-50]	[40-50]	[40-50]
<i>Carta ordinaria D2</i>	[50-60]	[50-60]	[50-60]
<i>Carta Certificada Local</i>	[70-80]	[60-70]	[60-70]
<i>Carta Certificada D1</i>	[60-70]	[60-70]	[60-70]
<i>Carta Certificada D2</i>	[70-80]	[70-80]	[70-80]
PRECIO MEDIO MAYORISTA** APLICADO POR CORREOS A LOS OPERADORES POSTALES ALTERNATIVOS			
<i>Carta ordinaria Local</i>	[80-90]	[80-90]	[80-90]
<i>Carta ordinaria D1</i>	[80-90]	[80-90]	[80-90]
<i>Carta ordinaria D2</i>	[90-100]	[90-100]	[90-100]
<i>Carta Certificada Local</i>	[80-90]	[80-90]	[80-90]
<i>Carta Certificada D1</i>	[80-90]	[80-90]	[80-90]
<i>Carta Certificada D2</i>	[90-100]	[90-100]	[90-100]
MÁRGENES PRECIO MAYORISTA – PRECIO MINORISTA			
<i>Carta ordinaria Local</i>	[30-40]	[40-50]	[40-50]
<i>Carta ordinaria D1</i>	[40-50]	[40-50]	[40-50]
<i>Carta ordinaria D2</i>	[20-30]	[20-30]	[30-40]
<i>Carta Certificada Local</i>	[10-20]	[20-30]	[20-30]
<i>Carta Certificada D1</i>	[10-20]	[20-30]	[20-30]
<i>Carta Certificada D2</i>	[20-30]	[20-30]	[20-30]

Fuente: Elaboración propia Dirección de Investigación

*Según figura en apartado 6.1.4 del Pliego se calcula restando del precio público los descuentos por ahorro y regularidad

**Según figura en apartado 6.2.4 del Pliego se calcula restando del precio público los descuentos por ahorro y regularidad. Para el de regularidad se ha sumado a cada servicio postal el descuento medio anual para el total de servicios postales tradicionales aplicado a los operadores postales alternativos, y en el caso del año 2012 se ha utilizado como proxy el descuento del 2011.

***Para el año 2010 los descuentos se entienden aplicados sobre el área no reservada, es decir de cartas > 50gr.

Por otro lado, si se utilizasen los **precios mayoristas aplicados por CORREOS a UNIPOST**, y se utilizasen los precios minoristas medios aplicados por CORREOS en cartas ordinarias y certificadas a los remitentes de envíos masivos con una facturación anual superior a 1 millón de euros, que son más elevados que los precios minoristas medios aplicados por CORREOS a los remitentes de envíos masivos con una facturación anual superior a 100.000 euros, lo que constituye un escenario más favorable a CORREOS, los resultados del análisis serían los siguientes:

CALCULO MÁRGENES ENTRE PRECIOS SERVICIOS MAYORISTAS A UNIPOST Y PRECIOS MEDIOS SERVICIOS MINORISTAS A CLIENTES > 1.000.000 € FACTURACIÓN ANUAL (precios nominales base 100)			
	2010***	2011	2012*
PRECIOS MINORISTAS MEDIOS DE CORREOS A REMITENTES CON FACTURACIÓN > 1 MILLÓN € ANUALES			
<i>Carta ordinaria Local</i>	[50-60]	[40-50]	[40-50]
<i>Carta ordinaria D1</i>	[50-60]	[50-60]	[50-60]
<i>Carta ordinaria D2</i>	[70-80]	[60-70]	[60-70]
<i>Carta Certificada Local</i>	[60-70]	[60-70]	[60-70]
<i>Carta Certificada D1</i>	[60-70]	[60-70]	[60-70]
<i>Carta Certificada D2</i>	[70-80]	[70-80]	[70-80]
PRECIO MAYORISTA APLICADO POR CORREOS A UNIPOST			
<i>Carta ordinaria Local</i>	[80-90]	[80-90]	[80-90]
<i>Carta ordinaria D1</i>	[80-90]	[80-90]	[80-90]
<i>Carta ordinaria D2</i>	[80-90]	[80-90]	[80-90]
<i>Carta Certificada Local</i>	[80-90]	[80-90]	[80-90]
<i>Carta Certificada D1</i>	[80-90]	[80-90]	[80-90]
<i>Carta Certificada D2</i>	[80-90]	[80-90]	[80-90]
MÁRGENES PRECIO MAYORISTA – PRECIO MINORISTA			
<i>Carta ordinaria Local</i>	[20-30]	[30-40]	[30-40]
<i>Carta ordinaria D1</i>	[20-30]	[30-40]	[30-40]
<i>Carta ordinaria D2</i>	[10-20]	[20-30]	[20-30]
<i>Carta Certificada Local</i>	[10-20]	[20-30]	[20-30]
<i>Carta Certificada D1</i>	[10-20]	[10-20]	[20-30]
<i>Carta Certificada D2</i>	[10-20]	[10-20]	[10-20]

Fuente: Elaboración propia Dirección de Investigación

*Según figura en apartado 6.1.4 del Pliego se calcula restando del precio público los descuentos por ahorro y regularidad

**Según figura en el apartado 6.2.4 del Pliego se calcula restando del precio público los descuentos por ahorro y regularidad. Para el de regularidad se ha sumado a cada servicio postal el descuento anual aplicado efectivamente por CORREOS a UNIPOST para el total de servicios postales tradicionales, y en el caso del año 2012 se ha utilizado como proxy el descuento del 2011.

*** Para el año 2010 los descuentos se entienden aplicados sobre el área no reservada, es decir de más de 50gr.

Es preciso apuntar que de los más de 100 grandes clientes de CORREOS con facturación anual por servicios postales tradicionales superior a 1 millón de euros, para los cuales esta Dirección de Investigación dispone de los precios minoristas efectivamente aplicados, solo tres⁹ habrían obtenidos descuentos inferiores a UNIPOST tanto en cartas ordinarias como certificadas, pudiendo deberse a múltiples razones, como el número de envíos esperado, la composición del destino y nivel de clasificación de los envíos depositados en los centros de admisión masiva.

En cuanto a **AKROPOST**, en la medida en que a diferencia de UNIPOST y otros operadores postales de mayor tamaño, no recibe descuentos por regularidad y que los descuentos por ahorro que le ha aplicado CORREOS durante 2010-2012 son ligeramente superiores al [0-10%], el margen negativo resultante es incluso mayor que el resultante para los precios mayoristas y minoristas medios.

De los cálculos realizados se desprende, por tanto, que CORREOS ha estado aplicando, en el periodo 2010 – mayo 2012, unos precios medios mayoristas de acceso a la red postal muy superiores a los precios medios minoristas de remitentes de envíos masivos de correo, a pesar de que los servicios prestados por CORREOS en ambos casos son muy parecidos, generando una situación de estrechamiento de márgenes entre el mercado mayorista de acceso a la red postal pública gestionada por CORREOS y el mercado minorista de prestación de servicios postales tradicionales a remitentes de envíos masivos de correo.

Al incurrir en dicho estrechamiento de márgenes, CORREOS excluye del ámbito minorista a sus competidores, especialmente a los nuevos entrantes, que deben asumir pérdidas para hacer uso de la red de CORREOS y replicar sus ofertas minoristas.

Por ello, ningún operador postal alternativo tan eficiente como CORREOS que haga uso de la red postal de CORREOS podría ofertar de forma rentable el producto a un precio que permitiera al operador postal alternativo replicar rentablemente los precios minoristas de CORREOS.

Esta conducta de CORREOS también habría incidido en el resultado de las licitaciones convocadas por distintas Administraciones Públicas para la prestación

⁹ No se tienen en cuenta clientes que directamente no han recibido descuentos en uno u otro producto, que en cualquier caso el número ascendería a 13.

de servicios postales tradicionales, en la medida que los operadores alternativos se ven obligadas a acudir a las mismas en una situación de desventaja frente a CORREOS.

Por último, esta Dirección de Investigación considera que CORREOS no tiene una justificación objetiva para incurrir en este estrechamiento de márgenes, en la medida que tiene capacidad para determinar los descuentos que aplica tanto a los operadores postales alternativos por los servicios mayoristas, como a los grandes clientes por los servicios minoristas, servicios que además son muy similares entre sí.

SEXTO.- En consecuencia con todo lo anteriormente expuesto, este PLENO, de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, asume como propia la conclusión de la extinta Dirección de Investigación y entiende que *“la Sociedad Estatal de Correos y Telégrafos S.A., (CORREOS) ha cometido una infracción muy grave de las previstas en el Artículo 2 de la Ley 15/2007, de 3 de Julio, de Defensa de la Competencia, al impedir a los operadores alternativos competir con ella en y por el segmento de los <grandes clientes> de servicios postales, en el que realizó en el 2012 un volumen de negocios de Euros [...] según datos propios facilitados por dicha Sociedad Estatal a requerimiento de la Comisión Nacional del Sector Postal, hoy extinta”*.

En síntesis de lo anterior, la Sociedad Estatal de Correos y Telégrafos S.A., (CORREOS) aplica descuentos mucho mayores a sus *“grandes clientes”* definidos como *“aquellas entidades empresariales que contratan los servicios postales por valor superior a Euros 100.000 anuales”*, que los aplicados a los operadores alternativos *sensu strictu* que utilizan la red del servicio postal universal, a pesar de que le contraten prestaciones postales equiparables y en suficiente volumen para considerarse a sí mismos grandes clientes.

La diferencia de descuentos impide a los operadores alternativos competir con CORREOS por este segmento de grandes clientes. La razón estriba en que siendo la diferencia de descuentos aplicada a unos y otros (grandes clientes y operadores alternativos) tan elevada, éstos **nunca** pueden ofrecer sus servicios a aquéllos sin incurrir en pérdidas: **estrechamiento de márgenes**.

Y ello, con amparo y en cumplimiento de lo prevenido en el Artículo 61 de la tantas veces citada Ley 15/2007.

SÉPTIMO.- Tras la imputación, así como la calificación de la infracción de muy grave ex Artículo 62.4 procede cuantificar la sanción a imponer de conformidad con lo prevenido en el siguiente Artículo 65.1.c) *“con multas de hasta el 10% del*

volumen de negocios total de la empresa infractora en el ejercicio inmediatamente anterior al de la imposición de la multa”; con las matizaciones previstas en el siguiente párrafo 3.c).

Este PLENO, de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia entiende procede hacer las siguientes consideraciones:

1ª el volumen de negocios debe ser entendido y concretado/acotado y referido *sensu strictu* al de la conducta investigada e instruida a efectos de dictar la Resolución Administrativa procedente.

2ª de ahí que cuando estemos en presencia de empresas multisectoriales el concepto de volumen total de negocios, por lógica interpretativa de la norma jurídica señalada, deba serlo exclusivamente en el sector investigado, quedando fuera del concepto de totalidad todos los demás sectores en los que se desarrolla su actividad empresarial.

Este criterio es compartido, ciertamente como no podía ser de otra manera, por la doctrina jurisprudencial.

3ª y, finalmente, una vez fijado el montante final de la sanción-multa a imponer, la misma debe ser matizada (1) por el principio de proporcionalidad; (2) por la observancia de circunstancias agravantes o atenuantes de la conducta; y (3) por cualesquiera otras causas legales concretadas en el citado Artículo 64.1 de la Ley 15/2007.

Sentado lo anterior, este PLENO, de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia acuerda imponer a la Sociedad Estatal de Correos y Telégrafos S.A., (CORREOS) una multa de €uros 8.178.698 en mérito a las siguientes consideraciones:

1ª la conducta de la Sociedad Estatal Correos y Telégrafos S.A., (CORREOS) no ha perjudicado, con carácter inmediato, al consumidor final de los servicios postales instruidos/investigados.

Por el contrario, sí han devenido perjudicados los operadores alternativos al no poder competir por la consecución de ingresos derivados de la prestación del servicio postal a los <grandes clientes> (grado de competitividad en el segmento).

Llegados a este punto ***una apostilla altamente relevante***. Pues si bien es cierto que CORREOS no debe utilizar su derecho a realizar descuentos llevándolos al límite en el que los operadores alternativos no pueden competir con ella en el segmento de los grandes clientes; no es menos cierto que, los operadores alternativos pueden y deben hacer el máximo uso de su propia

capacidad instalada para competir en cuantos ámbitos del mercado postal estén interesados.

Cabe preguntarse ¿en qué medida puede un operador alternativo, apoyándose en su *propia capacidad de cobertura del mercado* competir en un determinado segmento del servicio postal?. Cuestión relevante, por cuanto mayor sea la capacidad propia que posee un operador alternativo para llegar a su *población objetivo*, menor es su dependencia real de la red administrada por CORREOS. Esto es, *principio de razonabilidad de las conductas*.

2ª UNIPOST, principal competidor de CORREOS, en su escrito de denuncia establece literalmente que *“Así pues UNIPOST es el principal competidor directo de CORREOS en el mercado postal tradicional. En los últimos años ha incorporado operadores postales locales, generalmente en régimen de franquicia (en 2009 integraba 132 franquicias) y ha abierto nuevos centros operativos en todo el país. En 2008 gestionó 620 millones de envíos principalmente del sector empresarial. Ha alcanzado una tasa de cobertura del 70% de la población”*.

3ª UNIPOST bien pudo utilizar esa capacidad propia para llegar a la *población objetivo* sin recurrir a la Red administrada por CORREOS; en estas circunstancias, la negativa de CORREOS a *venderle* el uso de su red a un precio igual al ofrecido a los *grandes clientes*, en modo alguno le impedía de manera absoluta competir por esos clientes. No puede decirse por tanto que, CORREOS con su política de descuentos impidiera a su principal competidor, operador alternativo, competir por la partida de <los grandes clientes> en su totalidad.

Por ello, este PLENO estima que €uros [...] de los ingresos obtenidos por CORREOS en el segmento de los grandes clientes vienen afectos por la política de descuentos examinada en este Expediente Sancionador.

4ª finalmente, este PLENO también ha considerado las varias condenas impuestas a la Sociedad Estatal Correos y Telégrafos S.A., por el antiguo Tribunal de Defensa de la Competencia (a modo de ejemplo, **Expedientes 542/2002, 568/2003, 584/2004**) confirmados por la Sala Tercera del Tribunal Supremo en sus **Sentencias de 11 de Noviembre de 2009, 8 de Junio de 2010 y 16 de Junio de 2010**.

FUNDAMENTOS DE DERECHO

PRIMERO.- La Ley 15/2007, de 3 de Julio, de Defensa de la Competencia, dispone en su Artículo 2 que *“1.- Queda prohibida la explotación abusiva por una o varias empresas de su posición de dominio, en todo o en parte del mercado nacional. 2.- El abuso podrá consistir, en particular, en: a) La imposición, de forma*

directa o indirecta, de precios u otras condiciones comerciales o de servicios no equitativos; b) La limitación de la producción, la distribución o el desarrollo técnico en perjuicio injustificado de las empresas o de los consumidores; c) La negativa injustificada a satisfacer las demandas de compra de productos o de prestación de servicios; d) La aplicación, en las relaciones comerciales o de servicios, de condiciones desiguales para prestaciones equivalentes, que coloquen a unos competidores en situación desventajosa frente a otros; e) La subordinación de la celebración de contratos a la aceptación de prestaciones suplementarias que, por su naturaleza o con arreglo a los usos de comercio no guarden relación con el objeto de tales contratos. 3.- La prohibición prevista en el presente artículo se aplicará en los casos que la posición de dominio en el mercado de una o varias empresas haya sido prevista por disposición legal”.

El Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea dispone en su Artículo 102 que “Será incompatible con el mercado interior y quedará prohibida, en la medida en que pueda afectar al comercio entre los Estados miembros, la explotación abusiva, por parte de una o más empresas, de una posición dominante en el mercado interior o en una parte sustancial del mismo. Tales prácticas abusivas podrán consistir particularmente en: a) imponer directa o indirectamente precios de compra, de venta u otras condiciones de transacción no equitativas; b) limitar la producción, el mercado o el desarrollo técnico en perjuicio de los consumidores; c) aplicar a terceros contratantes condiciones desiguales para prestaciones equivalentes, que ocasionen a éstos una desventaja competitiva; d) subordinar la celebración de contratos a la aceptación, por los otros contratantes, de prestaciones suplementarias que, por su naturaleza o según los usos mercantiles, no guarden relación alguna con el objeto de dichos contratos”.

Por su parte, la propia Ley 15/2007 en su Artículo 4 titulado “Conductas exentas por Ley”, dispone en su apartado primero que “Sin perjuicio de la eventual aplicación de las disposiciones comunitarias en materia de defensa de la competencia, las prohibiciones del presente capítulo **no se aplicarán a las conductas que resulten de la aplicación de una ley**” y en su apartado segundo que “las prohibiciones del presente capítulo se aplicarán a las situaciones de restricción de competencia que se deriven del ejercicio de otras potestades administrativas o sean causadas por la actuación de los poderes públicos o las empresas públicas sin dicho amparo legal”.

Este discurso normativo contemplado en el Capítulo I de la Ley 15/2007 puede parecer **contradictorio in se**, pero en todo caso es de aplicación directa, por lo que este Pleno, de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, por disposición expresa del principio de legalidad viene obligada a su observancia.

Item más, cuando la propia doctrina comunitaria al abordar **la posición de dominio legal u otorgada por la Ley**, y en consecuencia la *eventual responsabilidad del Estado ante una explotación abusiva de la misma*, tiene este problema claramente encuadrado en el Artículo 86 (ex 90) del Tratado de Roma, que *“prohíbe expresamente a los Estados miembros violar las normas concurrenciales comunitarias a través de empresas con derechos especiales o exclusivos, ofreciendo así un inequívoco punto de apoyo para poder acusar a un Estado de participar en un abuso de posición dominante”*.

El Tribunal de Justicia en su **Sentencia Sacchi de 30 de Abril de 1974** ya señaló que *“si una empresa pública de las contempladas en el Artículo 90.2 (actual 86.2) ostentase un monopolio, le serían de aplicación las prohibiciones del Artículo 86 (actual 82) mientras no se demostrase que son incompatibles con el cumplimiento de la misión particular que la empresa tuviese asignada”*.

Y ello en estrecha relación y armonización, confirmando lo anteriormente expuesto, concretado en el Considerando 44 de la **Sentencia de 17 de Abril de 2001 asunto C-340/99**, que tiene por objeto una petición del Tribunal Civil de Génova destinada a obtener, en el litigio entre TNT Traco SpA y Poste Italiene SpA y otros, una decisión prejudicial sobre la interpretación de los Artículos 86 y 90 (actuales 82 y 86) y resuelve diciendo *“Ha de recordarse.....que si bien el mero hecho de crear una posición dominante mediante la atribución de derechos especiales o exclusivos no es incompatible, como tal, con el Artículo 86 (actual 82) del Tratado, un Estado miembro infringe las prohibiciones impuestas en el Artículo 90 (actual 84) apartado 1 del Tratado, interpretado en relación con el Artículo 86, cuando adopta una medida legal, reglamentaria o administrativa que crea una situación que lleva necesariamente a una empresa a la que se han concedido derechos especiales o exclusivos a abusar de su posición dominante”*.

Sentencias citadas sin ánimo de agotar el tema, pero altamente significativas por cuanto han examinado este concreto campo del servicio postal.

SEGUNDO.- Este PLENO, con amparo en lo dispuesto en los Artículos 61, 62, 63 y 64 de la Ley 15/2007, de 3 de Julio, de Defensa de la Competencia, así como en doctrina jurisprudencial dictada al efecto (proporcionalidad y circunstancias modificativas, duración de la conducta y su gravedad), ha acordado imponer a la Sociedad Estatal de Correos y Telégrafos S.A., (CORREOS) una multa de **€uros 8.178.698**.

TERCERO.- De conformidad con lo establecido en el artículo 12.2.c) del Estatuto Orgánico de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, el Pleno del Consejo ha recabado el conocimiento del presente asunto, a la vista de la especial incidencia en el funcionamiento competitivo del mercado afectado.

Vistos los preceptos legales citados y los demás de general aplicación, el **PLENO** de esta Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, en la Sesión del día 21 de Enero del 2014

HA RESUELTO

PRIMERO.- Declarar acreditada la existencia de una infracción única y continuada de las prohibidas en el Artículo 2 de la Ley 15/2007, de 3 de Julio, de Defensa de la Competencia, consistente en impedir a los operadores alternativos competir en el segmento de los grandes clientes de servicios postales.

Conducta que con amparo en lo prevenido en el Artículo 62.4.a) de la Ley 15/2007, de 3 de Julio, de Defensa de la Competencia ***debe calificarse como muy grave.***

SEGUNDO.- Declarar responsable de la misma a la Sociedad Estatal Correos y Telégrafos, S.A. (CORREOS).

TERCERO.- Imponerle una sanción de **€uros 8.178.698.**

CUARTO.- Ordenar a los servicios de esta Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia a la publicación de la Parte Dispositiva de esta Resolución en su web oficial.

QUINTO.- Intimar a la Sociedad Estatal Correos y Telégrafos, S.A. (CORREOS) a que en el futuro se abstenga de realizar conductas iguales o semejantes, del tenor de las anteriormente tipificadas.

SEXTO.- La Sociedad Estatal Correos y Telégrafos, S.A. (CORREOS) acreditará y justificará ante la Dirección de Competencia, de esta Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, el puntual y correcto cumplimiento de todo lo acordado, concretado y mandado en los anteriores apartados (Parte Dispositiva).

SÉPTIMO.- Instar a la Dirección de Competencia, de esta Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia para que vigile el correcto y fiel cumplimiento de lo acordado en esta Resolución.

Comuníquese esta Resolución a la Dirección de Competencia, de esta Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia y notifíquese fehacientemente a los interesados, haciéndoles saber que contra la misma no cabe recurso alguno en la vía previa administrativa, pudiendo hacerlo en el plazo de DOS MESES contados desde el siguiente día al de su notificación, ante el orden jurisdiccional contencioso-administrativo, la Audiencia Nacional.