

Spread the love



Así se pronuncia la Sala de Competencia del Consejo de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) en la Resolución dictada el pasado 18 de febrero, en el expediente incoado por la Dirección de Competencia contra la SOCIEDAD ESTATAL CORREOS Y TELEGRAFOS, S.A., S.M.E., 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 por el artículo 102 del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea. Vid. nota de prensa [aquí](#).

- Esta sanción de 32,6 millones de euros a la Sociedad Estatal Correos y Telégrafos, S.A., S.M.E. (Correos) es impuesta por la CNMC por un **abuso de posición de dominio** que viene prohibido por el artículo 2 de la Ley de Defensa de la Competencia (LDC) y por el artículo 102 del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea (TFUE). ([S/0041/19](#)).
- Se trata de una conducta que se ha llevado a cabo **en el mercado de servicios postales tradicionales prestados a grandes clientes empresariales** remitentes de envíos masivos de correspondencia, constituido fundamentalmente por empresas de servicios bancarios y de seguros, comercializadoras de luz, agua, gas o telefonía, así como centros comerciales o supermercados.

- Concretamente, la conducta sancionada consistía en la aplicación de un sistema de descuentos exclusionarios que, incentivando la fidelización de los grandes clientes empresariales, habría potencialmente excluido o impedido la entrada al mercado de otros competidores de Correos, al menos desde el año 2015 hasta el año 2019.



Dinero, by M.A. Díaz

Los elementos por los que la CNMC ha concluido que, en su conjunto, el sistema de descuentos aplicado a los AMM configura una conducta abusiva prohibida por la normativa de competencia han sido, fundamentalmente, los siguientes:

- el carácter condicional y retroactivo de los descuentos,
- la excesiva duración y concatenación de los contratos mediante sus prórrogas automáticas,
- la falta de transparencia en el cálculo de los descuentos y
- la aplicación de descuentos de forma no estandarizada.

A este respecto, se ha de tener muy presente, como constata la CNMC que Correos es el **operador dominante** en el mercado, con cuotas de mercado superiores al 95% en algunos

años, lo que lo convierte en un Operador cercano a la 'super dominancia' concepto éste empleado por la jurisprudencia europea para referirse al caso de una empresa con una cuota superior al 90% en el mercado de referencia.

Según la CNMC queda acreditado que estos descuentos y su aplicación han tenido una **afectación a la competencia** en los términos establecidos por la jurisprudencia, lo que los lleva a constituir un abuso de posición de dominio conforme a lo establecido en el artículo 2 de la LDC y el artículo 102 del TFUE.

Por lo anterior, la CNMC ha resuelto imponer a la Sociedad Estatal de Correos y Telégrafos, S.A., S.M.E. (Correos) una multa de 32.600.000 euros por la comisión de una infracción calificada como muy grave por el artículo 62.4. b) de la LDC.

CORREOS alega que la sanción propuesta por la Dirección de Competencia no es proporcional ni está suficientemente motivada. Argumenta CORREOS que la propuesta de resolución no aclara si al realizar el cálculo de la sanción se han valorado las peculiaridades del mercado afectado por la conducta.



Idhún, by M. A. Díaz

A este propósito, la Sala pone de relieve que la sanción se ha determinado sobre la base de los criterios legales y jurisprudenciales exigidos. Así la Resolución aplica los criterios del artículo 64.1, así como su ajuste para garantizar que se cumpla el principio de proporcionalidad. Y deja constancia de que no se requiere aportar la valoración numérica concreta de la importancia atribuida a cada criterio, como pretende CORREOS.

A la hora de efectuar el cálculo de la sanción

impuesta, como advierte la Resolución se ha valorado el porcentaje del mercado afectado respecto del volumen de negocios total de la empresa. Señala la Sala que CORREOS confunde en sus alegaciones el volumen de negocios total con el volumen de negocios en el mercado afectado. Y es que, como puntualiza la Sala, tanto la Ley de Defensa de la Competencia como la jurisprudencia española declaran, sin ambages que el volumen de negocios sobre el que ha de fijarse el tipo sancionador es el volumen de negocios total mundial de la empresa, sin que quepa diferenciar por segmentos de actividad o áreas geográficas. Se rechaza así la afirmación de CORREOS en virtud de la cual no puede considerarse proporcional una sanción que recae sobre el volumen de negocios total de CORREOS cuando la práctica abusiva únicamente afecta a un mercado concreto, dado que, como se ha indicado, la sanción final impuesta se calcula precisamente considerando la afectación a un determinado mercado.

Como manifiesta la Sala, teniendo en cuenta que la conducta anticompetitiva a la que este expediente hace referencia no afecta a la totalidad de la actividad empresarial de CORREOS, es por lo que precisamente se realiza el ajuste de proporcionalidad, de lo que resulta finalmente la imposición de una sanción de 32.600.000 euros.

Como deja constancia la CNMC, contra esta Resolución no cabe recurso alguno en vía administrativa, pudiendo interponer recurso contencioso-administrativo en la Audiencia Nacional, en el plazo de dos meses a contar desde el día siguiente al de su notificación.

La Resolución completa puede verse [aquí](#).