



El socio mayoritario de Seur entra en el accionariado de Tipsa

El grupo francés Geopost/DPDgroup, propiedad de la empresa postal pública francesa (La Poste) y socio mayoritario de Seur, ha llegado a un acuerdo para la entrada en el capital de Tipsa y en el de las agencias vinculadas a sus accionistas. Se trata de una operación sujeta a la aprobación de las autoridades de Competencia, según han informado en un comunicado. Integradas en DPDgroup, ambas compañías, Seur y Tipsa, operarán con los equipos actuales como dos marcas independientes, una práctica habitual en el grupo Geopost, que tiene presencia en países como Francia y Reino Unido con dos marcas diferentes. No obstante, tanto DPDGroup como Tipsa han declinado hacer pública la inversión y el peso accionarial de la operación.

Esta operación brinda, según el director general de GeoPost/DPDgroup en Europa, Yves Delmas, “una oportunidad de crecimiento dada la complementariedad de ambas compañías y su reconocimiento de calidad de servicio en el sector del transporte urgente”. Para la consejera delegada de Tipsa, María Luisa Camacho, “esta operación permitirá a ambas compañías desarrollar

su negocio internacional, mejorar su oferta en determinados sectores como el farmacéutico o alimentación, complementar dos redes de puntos de conveniencia de entregas para el e-commerce y mejorar la cobertura comercial y operativa de soluciones para grandes, medianas y pequeñas empresas”.

Correos, incluida su marca Correos Express, es el operador que domina actualmente el segmento de paquetería a nivel estatal con el 44% de los envíos de comercio electrónico. Según los últimos datos de 2018 de la Comisión Nacional de los Mercados y de la Competencia (CNMC), MRW se sitúa en la segunda posición con el 18,2%, y Seur en la tercera, con el 16,8%. Por ello, para contrarrestar la hegemonía del operador principal y aventajar a MRW, DPDgroup, a través de sus marcas Seur y Tipsa, lograría de forma conjunta superar su cuota de mercado y posicionarse en segunda posición en el ranking de paquetería en España. “Las compañías de paquetería deben de buscar la manera de optimizar sus costes”, ha explicado el experto y consultor logístico, Antonio Iglesias. La estrategia de DPDgroup es posiblemente, en su opinión, una manera de hacer frente a los bajos costes a los que se está enfrentando el sector. “Ninguna empresa osa subir precios, por lo que la alternativa es incrementar el volumen de negocio”, ha añadido.

Con la incorporación de Tipsa a DPDgroup, la compañía francesa ha fortalecido su posición España. Actualmente, ocupa la segunda posición del mercado europeo de transporte urgente con la entrega de 5,2 millones de paquetes cada día a través de las marcas DPD, Chronopost, Seur y BRT. Hace tan sólo unas semanas, el grupo anunció la fusión de sus marcas Seur y Chronopost en Portugal bajo la marca DPD. Por su parte, Tipsa es una empresa especializada en servicios integrales de transporte urgente de paquetería ligera con una gran capilaridad de red, formada por 270 agencias y 12 hubs.