



**RESOLUCIÓN** (Expte. C-0082/08, ARVATO / QUALYTEL)

CONSEJO

D Luis Berenguer Fuster, Presidente  
D. Fernando Torremocha García-Sáens, Vicepresidente  
D. Emilio Conde Fernández Oliva, Consejero  
D. Miguel Cuerdo Mir, Consejero  
D<sup>a</sup> Pilar Sánchez Núñez, Consejera  
D. Julio Costas Comesaña, Consejero  
D<sup>a</sup> M<sup>a</sup> Jesús González López, Consejera  
D<sup>a</sup> Inmaculada Gutiérrez Carrizo, Consejera

En Madrid, a 30 de julio de 2008.

Visto el expediente tramitado de acuerdo a la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia, relativo a la adquisición por parte de ARVATO SERVICES IBERIA S.A. del control exclusivo QUALYTEL TELESERVICIOS S.A. (Expte. C/0082/08) y estando de acuerdo con el informe y la propuesta remitidos por la Dirección de Investigación, el Consejo de la Comisión Nacional de la Competencia ha resuelto, en aplicación del artículo 57.2.a) de la mencionada Ley, autorizar la citada operación de concentración en primera fase.

Comuníquese esta Resolución a la Dirección de Investigación de la Comisión Nacional de la Competencia y notifíquese a los interesados, haciéndoles saber que la misma pone fin a la vía administrativa y que se puede interponer contra ella recurso contencioso-administrativo ante la Audiencia Nacional, en el plazo de dos meses a contar desde su notificación.



## INFORME Y PROPUESTA DE RESOLUCIÓN

### EXPEDIENTE C/0082/08 ARVATO / QUALYTEL

---

Con fecha 3 de julio de 2008 ha tenido entrada en la Comisión Nacional de la Competencia (CNC) notificación relativa a la operación de concentración económica consistente en la toma del control exclusivo por ARVATO SERVICES IBERIA S.A. (ARVATO) de QUALYTEL TELESERVICIOS S.A. (QUALYTEL)<sup>1</sup>.

Dicha notificación ha sido realizada por ARVATO según lo establecido en el artículo 9 de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia (LDC) por superar el umbral de volumen de ventas establecido en el artículo 8.1 b) de la citada norma. A esta operación le es de aplicación lo previsto en el Real Decreto 261/2008, de 22 de febrero, por el que aprueba el Reglamento de Defensa de la Competencia.

El artículo 57.2. c) de la Ley 15/2007 establece que el Consejo de la CNC dictará resolución en primera fase en la que podrá acordar iniciar la segunda fase del procedimiento, cuando considere que la concentración puede obstaculizar el mantenimiento de la competencia efectiva en todo o parte del mercado nacional.

Asimismo, el artículo 38.2 de la Ley 15/2007 añade: "El transcurso del plazo máximo establecido en el artículo 36.2.a) de esta Ley para la resolución en primera fase de control de concentraciones determinará la estimación de la correspondiente solicitud por silencio administrativo, salvo en los casos previstos en los artículos 9.5, 55.5 y 57.2.d) de la presente Ley".

Según lo anterior, la fecha límite para acordar iniciar la segunda fase del procedimiento es el **4 de agosto de 2008**, inclusive. Transcurrida dicha fecha, la operación notificada se considerará tácitamente autorizada.

#### I.- NATURALEZA DE LA OPERACIÓN

La presente operación consiste en la adquisición por ARVATO del control exclusivo sobre QUALYTEL.

Los términos de la transacción constan en un Acuerdo de Compra de Acciones suscrito el 3 de julio de 2008, cuya ejecución está sujeta al cumplimiento de ciertas condiciones, entre otras, la autorización de la operación por la CNC.

---

<sup>1</sup> En adelante, se indica entre corchetes aquella información cuyo contenido exacto ha sido declarado confidencial



## **II.- APLICABILIDAD DE LA LEY 15/2007 DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA**

De acuerdo con la notificante, la operación no entra en el ámbito de aplicación del Reglamento (CE) nº 139/2004 del Consejo, de 20 de enero, sobre el control de las concentraciones entre empresas, al no superar los umbrales del artículo 1, párrafos 2 y 3 del mismo.

La operación notificada cumple, sin embargo, los requisitos previstos por la Ley 15/2007 para su notificación, al superarse el umbral establecido en el artículo 8.1.b) de la misma (volumen de negocios).

La operación cumple con los requisitos previstos en el artículo 56.1.a) de la LDC para su tramitación como procedimiento abreviado, en la medida en que no existe solapamiento horizontal o vertical entre las partes.

## **III. RESTRICCIONES ACCESORIAS**

### **III.1. Cláusula de no competencia**

La cláusula 14.1 (a) del contrato de compraventa incluye un acuerdo de no competencia por el que los vendedores se comprometen, por un período [no superior a tres años] desde el cierre de la operación, a no gestionar, asesorar o participar más allá de un [...] % en negocios que compitan con las actividades de la adquirida en el territorio en el que ésta viene desarrollando su actividad.

### **III.2. Cláusula de no captación**

La cláusula 14.1 (e) del contrato de compraventa incluye un acuerdo de no captación por el que los vendedores se comprometen, durante un período [no superior a tres años] desde el cierre de la operación, a no hacer ofertas laborales ni inducir el cese en el empleo a los empleados o directivos de QUALYTEL, así como a no provocar que agentes o asociados del grupo pongan fin a sus relaciones con éste.

### **III.3. Cláusula de confidencialidad**

La cláusula 14.2 del contrato de compraventa incluye una cláusula de confidencialidad por la que los vendedores se comprometen, durante un período [no superior a tres años] desde el cierre de la operación, a mantener estricta confidencialidad sobre la Información confidencial Relativa al Conocimiento del negocio.

### **III.4 Valoración**

El apartado 3 del artículo 10 de la Ley 15/2007 establece que “podrán entenderse comprendidas determinadas restricciones a la competencia accesorias, directamente vinculadas a la operación y necesarias para su realización”.

Teniendo en cuenta los precedentes nacionales y comunitarios, así como la

Comunicación de la Comisión sobre las restricciones directamente relacionadas y necesarias para las operaciones de concentración (2005/C56/03), se considera que en el presente caso la naturaleza de las restricciones va encaminada a “proteger el valor transferido” y por ello su contenido no va más allá de lo que de forma razonable exige la operación de concentración notificada considerándose, por tanto, como parte integrante de la operación.

#### **IV.- EMPRESAS PARTICIPES**

##### **IV.1. ARVATO SERVICES IBERIA S.A. (ARVATO)**

ARVATO es una filial 100% de BERTELSMANN AG<sup>2</sup>, que presta servicios globales de marketing relacional a través de sistemas para el tratamiento, análisis y gestión de información.

ARVATO comenzó sus actividades en España en 1970 en el campo de la gestión de datos y actualmente también presta servicios de facturación y de reparación de teléfonos móviles. No opera en el mercado de los *contact centers* en España, pero sí en otros países de habla francesa, alemana e inglesa.

El volumen de negocios en España de BERTELSMANN definido de acuerdo con el artículo 5 del Real Decreto 261/2008 fue en el ejercicio anterior, según la notificante, de [...] millones de euros.

##### **IV.2. QUALYTEL TELESERVICES S.A. (QUALYTEL)**

QUALYTEL es una empresa que actúa en el mercado de los servicios de *contact centers*, con actividades de servicio externo, gestión de relaciones con los clientes y telemarketing.

QUALYTEL operaba sólo en España hasta 2007, año en que adquirió dos empresas en Argentina y Brasil. Actualmente el grupo QUALYTEL está formado por QUALYTEL ANDALUCÍA S.A., TRIA GLOBAL SERVICES S.L., QUALYTEL ARGENTINA Y NEXT DO BRASIL (las 2 últimas empresas no son objeto de la operación).

Los principales servicios ofrecidos por QUALYTEL incluyen:

- Servicios a clientes, como los *contact centers* situados en las oficinas de los clientes o en los edificios propios de la compañía. Incluyen plataformas de servicios a clientes, la gestión de centros de contacto en las oficinas del cliente, plataformas pre-venta (para atraer nuevos clientes) y desarrollo de bases de datos.

---

<sup>2</sup> BERTELSMANN AG es una compañía internacional de comunicación entre cuyas actividades se encuentran radio y televisión, publicación de libros, revistas y periódicos, grabaciones de música, servicios de impresión e información, clubs de música y de libros y comercio electrónico.

- Servicios internos: centrados en el apoyo a los canales de distribución a clientes y en la recepción de pedidos telefónicos.
- Servicios externos: programas de fidelización, estrategias para atraer y recuperar clientes y aumentar la frecuencia de pedidos, así como la búsqueda de nuevos canales de distribución.
- Análisis de mercado para clientes.
- Consultoría y asesoría: servicios dirigidos a compañías que gestionan sus propios contact centers. Incluyen selección de personal, formación, análisis de los procesos, etc.

QUALYTEL presta servicios de gestión de clientes tanto a administraciones públicas como a entidades privadas.

El volumen de negocios en España de QUALYTEL definido de acuerdo con el artículo 5 del Real Decreto 261 / 2008 fue en el ejercicio anterior, según la notificante, de [...] millones de euros.

## **V.- MERCADOS RELEVANTES Y CUOTAS DE MERCADO**

### **V.1 Mercado de producto**

La empresa adquirida ejerce su actividad en el mercado de contact centers, a través de los cuales presta servicios externos, gestión de clientes y servicios de telemarketing en España. Al ser la empresa adquiriente una entidad que no posee, de acuerdo con la notificante, control sobre ninguna empresa relacionada con este sector, se centrará el análisis en el mercado en el que la adquirida ejerce actividad.

La notificante coincide con la definición de mercado realizada por el extinto SDC en el precedente N-228 TELEFÓNICA / POSA / LLSA., según el cual las actividades de la adquirida se englobarían dentro del sector de los contact centers (antes denominados call centers). Los contact centers prestan servicios que integran personal, equipos de telecomunicaciones y teléfonos, dependiendo de las necesidades de cada proyecto<sup>3</sup> y, a pesar de que existe cierta diversidad en los servicios prestados por los contact centers, constituyen un mercado en sí mismo.

En todo caso, y de hacerse una definición de mercado más estrecha, éste podría dividirse, de acuerdo con la notificante, en servicios prestados a través de llamadas entrantes o inbound calls (que englobaría apoyo de ventas, apoyo técnico, gestión de reclamaciones, de pedidos, de cuentas, fidelidad, etc.) y servicios prestados a través de llamadas salientes o outbound calls (telemarketing, prospecciones, retención/bajas de

---

<sup>3</sup> La estructura básica de un contact center incluye una centralita de teléfonos con funciones avanzadas, conectada a servidores que asignan la llamada a un teleoperador, para que éste pueda acceder a los datos de los clientes a través de su ordenador y atender la llamada.

clientes, recopilación de datos, etc.), además de la gestión de correo normal y electrónico (entrante y saliente).

La notificante considera esta definición artificial desde el punto de vista de oferta y demanda, puesto que prácticamente no existe especialización por parte de las empresas que ofrecen estos servicios sino que suelen ofrecer todos ellos, prestándolos a través de los mismos medios (internet o teléfono) y todos ellos están referidos a la cadena de suministro de sus clientes. En todo caso, de considerarse relevante, afirma no superar la cuota del 25% en servicios de inbound calls, que es el área donde mayor actividad realiza.

Por otra parte, tampoco considera la notificante relevante una segmentación por sector de actividad de los clientes, puesto que tanto desde el punto de vista técnico como de características de los servicios, éstos son los mismos independientemente del sector de actividad del cliente al que se presten.

En todo caso, dada la naturaleza de la operación, no se considera necesario cerrar las definiciones de los mercados, puesto que no cambiaría la valoración de la operación.

En cuanto a una eventual condición de ARVATO como competidor de QUALYTEL en el mercado español de los contact centers, ARVATO opera en otros países en el mercado de contact centers, pero se trata de países de habla inglesa, francesa y alemana, y la barrera lingüística se consideró de gran importancia ya en el precedente citado. Adicionalmente, la notificante afirma que la entrada en el mercado español de contact centers por una vía distinta a la adquisición de una empresa ya operativa no es factible pues se requiere una inversión inicial de unos 5 millones de euros, que comenzaría a ser rentable aproximadamente a los 4 años de funcionamiento, a lo que se debe añadir la barrera a la entrada que supone el competir con compañías de gran reputación muy establecidas en España (ATENTO del grupo Telefónica y KONECTA del Grupo Santander) en un mercado muy maduro.

Respecto a los efectos verticales derivados de la operación, de acuerdo con la notificante, ARVATO, que realiza actividades de marketing relacional y tratamiento de datos, podría emplear como input la información recopilada a través de los contact centers y asimismo, determinados servicios de marketing que realiza ARVATO podrían considerarse servicios de valor añadido para los contact centers (por ejemplo, la información que se requiere para realizar llamadas outbound). En cualquier caso, según estimaciones de la notificante, la cuota de ARVATO en España es de un [10-20]% ([...] millones de euros) en un mercado de [...] millones de euros y existen numerosos competidores (Experian, Datasegmento, Axesor, Shoher-PDM, Meydis), por lo que no cabe esperar un riesgo apreciable sobre la competencia.

## **V.2 Mercado geográfico**

De acuerdo con el precedente nacional citado y como sostiene asimismo la

notificante, la dimensión geográfica relevante del mercado es nacional. Dicha delimitación se basa en la estructura de la oferta y también de la demanda, por la importancia que las empresas que reclaman este servicio dan al hecho de que sus clientes sean atendidos en el idioma propio de su país.

El extinto SDC no descartó la posibilidad de una delimitación geográfica más amplia en el futuro, siempre que se superasen las barreras lingüísticas y legislativas, pero dado que la parte adquirida sólo desarrolla su actividad en España (la presencia de QUALYTEL en Argentina y Brasil no es objeto de la presente operación) y sobre la base del precedente nacional, el presente análisis se referirá al mercado español.

## VI. ANÁLISIS DEL MERCADO

### VI.1. Estructura de la oferta

El valor del mercado nacional de los servicios de contact centers en el ejercicio de 2006 ascendió a 1.385 millones de euros<sup>4</sup>. Se trata de una actividad en aumento en nuestro país con incrementos medios anuales del 17% entre los años 2004 y 2006.

Las cuotas de QUALYTEL han ido en ligero ascenso en esos años, desde el [0-10]% en 2004, llegando al [0-10]% en 2006.

Entre los competidores más directos de QUALYTEL, que se dedican a la prestación de servicios de contact centers y que pugnan por los grandes clientes, se encuentran compañías de gran reputación y muy establecidas en España, tales como Atento (del grupo Telefónica) y Konecta (del grupo Santander). Las cuotas de mercado aportadas por la notificante para el año 2006 se ven reflejadas en la siguiente tabla:

EMPRESA	MILLONES DE EUROS	CUOTA
Atento (Telefónica)	[...]	[20-30]%
Grupo Konecta	[...]	[10-20]%
Sitel	[...]	[10-20]%
QUALYTEL	[...]	[0-10]%
Teleperformance España	[...]	[0-10]%
Transcom	[...]	[0-10]%
Unisono soluciones CRM	[...]	[0-10]%
Soluciones de asistencia Telefónica (CATSA)	[...]	[0-10]%

<sup>4</sup> Fuente: notificante a partir de datos facilitados por la Asociación de Contact Centers de España.

Grupo GSS	[...]	[0-10]%
Bouncopy	[...]	[0-10]%

*Datos facilitados por la notificante. En el caso de ATENTO el valor incluye tanto España como Marruecos y en el caso de TRANSCOM el valor incluye España, Portugal y Chile.*

## **VI.2. Competencia potencial - barreras a la entrada**

Las empresas que operan en el mercado relevante deben realizar, según la notificante, una inversión inicial de al menos 5 millones de euros, que cubre fundamentalmente material de oficina e informático y que comienza a ser rentable aproximadamente a los 4 años de funcionamiento.

A lo anterior cabe añadir que se deben tener en cuenta las limitaciones lingüísticas, dado que la actividad consiste en externalizar servicios de atención a clientes que deben ser atendidos en el propio idioma del país en el que encuentren, de modo que las empresas de estas características, si bien teóricamente puedan prestar su servicio de manera distante, incluso desde otro país, en la práctica se ven obligadas al menos a contratar personal específico para atender a los clientes.

Por último, se debe considerar el hecho de que una potencial nueva entrante en el mercado tenga que hacer frente a grupos de gran reputación y establecidos desde hace tiempo en España y en países de habla hispana en general, que poseen una importante cartera de clientes.

## **VII. VALORACIÓN DE LA OPERACIÓN**

La presente operación consiste en la adquisición por ARVATO del control exclusivo sobre QUALYTEL.

Como consecuencia de la operación de concentración notificada no se prevé que se produzcan modificaciones relevantes en la estructura competitiva de los mercados afectados, al no estar el grupo adquirente presente en ellos. Si bien ARVATO opera en mercados de contact centers extranjeros eso no parece suficiente para considerarle potencial competidor de QUALYTEL en España, debido a las limitaciones lingüísticas y a que el mercado español es muy maduro, con empresas de gran reputación y sólidamente establecidas.

Tampoco son previsibles riesgos sobre la competencia derivados de la relación vertical entre ARVATO, que presta servicios de marketing relacional y tratamiento de datos, con QUALYTEL, puesto que se trata de un mercado de muy reducida dimensión ([...] millones de euros) en el que la cuota de la adquirente es del [10-20]% y existen numerosos competidores.





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

## VII. PROPUESTA

En atención a todo lo anterior y en virtud del artículo 57.1 de la Ley 15/2007, de 3 de julio de Defensa de la Competencia se propone **autorizar la concentración**, en aplicación del artículo 57.2.a) de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia.