

## INFORME Y PROPUESTA

### C/1147/20 BAUER ACIERTO

---

#### **I. ANTECEDENTES**

- (1) Con fecha 30 de noviembre de 2020 fue notificada a la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC), según lo establecido en el artículo 9 de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia (LDC), la operación de concentración económica consistente en la adquisición del control exclusivo de Asesor Consumer Services, S.L. y Acierto Seguros Online, S.L., por parte del Bauer OCP Holding GmbH (Grupo Bauer Media, Bauer).
- (2) La fecha límite para resolver en primera fase el expediente es el 30 de diciembre de 2020, inclusive. Transcurrida dicha fecha, la operación notificada se considerará tácitamente autorizada.

#### **II. EMPRESAS PARTICIPES**

- (3) **ADQUIRENTE:** BAUER OCP HOLDING GMBH a través de su filial OCP Holding GmbH (BAUER). La adquirente es un grupo de comunicación con sede en Alemania que posee en varios países numerosos medios de comunicación audiovisuales y escritos. La adquirente es propietaria en España de la página web Credimarket, que es un colaborador auxiliar del mediador de seguros PROYECTOS Y SEGUROS<sup>1</sup>.
- (4) **ADQUIRIDA: Asesor Consumer Services, S.L. y su filial Acierto Seguros Online, S.L. (ACIERTO).** La adquirida es una empresa española que presta servicios de correduría de seguros a través de un comparador en línea y telefónico de seguros de vida y de no vida para particulares denominado Acierto.com, del cual es propietario.

#### **III. NATURALEZA DE LA OPERACIÓN**

- (5) La operación notificada consiste en la adquisición por parte de Grupo Bauer Media, a través de su filial OCP Holding GmbH, del [...] del capital social de las españolas Asesor Consumer Services, S.L. y su filial Acierto Seguros Online, S.L., mediante contrato de compraventa de acciones<sup>2</sup>.
- (6) El contrato de compraventa se suscribió el [...]. De conformidad con lo dispuesto en la cláusula 6 del mismo, el cierre de la operación está condicionado, entre otros, a la obtención de la autorización de la CNMC (en caso de ser necesaria).

---

<sup>1</sup> Este tipo de empresa, diferente de un comparador propiamente dicho, se explica más adelante.

<sup>2</sup> Los vendedores son [...].

- (7) La operación no es de dimensión comunitaria, ya que no alcanza los umbrales establecidos en los apartados 2 y 3 del artículo 1 del Reglamento (CE) n° 139/2004 del Consejo, de 20 de enero de 2004, sobre el control de las concentraciones entre empresas.
- (8) La operación es una concentración económica conforme a lo dispuesto en el artículo 7.1 b) de la LDC.
- (9) Según la notificación, ninguna de las sociedades controladas por la adquirente realiza actividad alguna relacionada, horizontal o verticalmente, con la actividad realizada por la adquirida. Se presenta en consecuencia en formulario abreviado de acuerdo con el art. 56 LDC y el 57.1 a) RDC<sup>3</sup>.
- (10) Las partes notifican la operación *ad cautelam* pues estiman que la operación no alcanza ninguno de los umbrales descritos en los artículos 8.1 a) y b) de la LDC.

#### **IV. MERCADOS AFECTADOS POR LA OPERACIÓN**

- (11) El sector económico afectado por la operación es el de seguros (CNAE 66.22 Actividades de agentes y corredores de seguros) donde opera la adquirida como intermediario en línea que ofrece servicios de comparación y correduría. De acuerdo con la notificante, la adquirente no realiza ni directa ni indirectamente actividades económicas en el mismo mercado de producto y geográfico donde opera ACIERTO, ni está presente en ningún mercado relacionado verticalmente. No obstante, su filial indirecta CREDIMARKET ofrece en su página web ciertos servicios de terceros de comparación de precios de seguros en línea.

#### *El modelo de negocio de los comparadores de seguros en línea*

- (12) Un comparador de seguros es un método o instrumento de comercialización de seguros. En un entorno en línea, el usuario introduce sus datos y preferencias, y el sistema ofrece, de manera inmediata, un listado de múltiples seguros captados de distintas aseguradoras, y que cumplen con los criterios del usuario. A partir de este listado, el usuario puede, para el seguro que escoja, bien contratarlo directamente en el comparador o bien dirigirse a la aseguradora a través de un enlace o por teléfono.
- (13) Los comparadores obtienen sus ingresos de las comisiones cobradas a las aseguradoras y no perciben comisiones de los clientes finales. También obtienen ingresos publicitarios.

---

<sup>3</sup> Incluso si se considerara que existe solapamiento entre las partes sería aplicable el formulario abreviado de acuerdo con lo previsto en el art. 57.1 b) RDC.

- (14) En España, la legislación del sector viene dada por el Real Decreto-ley 3/2020, de 4 de febrero<sup>4</sup>, por la cual los comparadores están sujetos a la normativa en materia de distribución de seguros (siempre que el comparador permita celebrar, directa o indirectamente, el contrato de seguro)<sup>5</sup>. Dado que solo las entidades aseguradoras y los mediadores (agentes y corredores) están habilitados normativamente para distribuir seguros, los comparadores transaccionales o bien pertenecen a un mediador o bien están registrados como tal (caso de ACIERTO, registrado como corredor)<sup>6</sup>.
- (15) De acuerdo con la notificante, existen también páginas web de comparación, llamadas colaboradores auxiliares, que no cumplen con las condiciones anteriores y que se limitan a mostrar o utilizar el servicio de comparación de un mediador y a redirigir el tráfico hacia este otro mediador, con el cual tienen un contrato (caso de Credimarket).

#### *El mercado de producto*

- (16) En primer lugar, el sector de los seguros puede dividirse en segmentos (vida y no vida y, dentro de estos últimos, motor, hogar, salud y otros), en razón de la no sustituibilidad por el lado de la demanda, ya que no cubren la misma eventualidad. Esta distinción está plenamente aceptada en los precedentes nacionales y europeos<sup>7</sup>.
- (17) En segundo lugar, cabe distinguir por actividad, partiendo de la separación entre la producción de seguros y la distribución o comercialización de los mismos. Esta diferenciación ya viene recogida en precedentes nacionales<sup>8</sup>.
- (18) A su vez, la distribución de seguros puede realizarse por el canal directo (las propias aseguradoras) o el canal indirecto (esencialmente, mediadores: corredores y agentes, incluyendo comparadores). El canal directo se distingue del indirecto, dado que en el mismo las aseguradoras se limitan a comercializar sus propios

---

<sup>4</sup> Real Decreto-ley 3/2020 de 4 de febrero, de medidas urgentes por el que se incorporan al ordenamiento jurídico español diversas directivas de la Unión Europea en el ámbito de la contratación pública en determinados sectores; de seguros privados; de planes y fondos de pensiones; del ámbito tributario y de litigios fiscales.

<sup>5</sup> El artículo 129.1 del mencionado Real Decreto-ley de 4 de febrero establece que “*Se entenderá por distribución de seguros toda actividad de asesoramiento, propuesta o realización de trabajo previo a la celebración de un contrato de seguro, de celebración de estos contratos, o de asistencia en la gestión y ejecución de dichos contratos, incluyendo la asistencia en casos de siniestro. También se entenderán incluidas la aportación de información relativa a uno o varios contratos de seguro de acuerdo con los criterios elegidos por los clientes a través de un sitio web o de otros medios, y la elaboración de una clasificación de productos de seguro, incluidos precios y comparaciones de productos, o un descuento sobre el precio del seguro, cuando el cliente pueda celebrar el contrato de seguro directa o indirectamente utilizando un sitio web u otros medios*”.

<sup>6</sup> El artículo 134 del mencionado Real Decreto-Ley de 4 de febrero establece las clases de distribuidores de seguros y el 135.5 reconoce expresamente la posibilidad de que los mediadores utilicen comparadores: “*Los mediadores de seguros mencionados en el apartado 1 podrán servirse de sitios web u otras técnicas de comunicación a distancia, mediante los que se proporcione al cliente información comparando precios o coberturas de un número determinado de productos de seguros de distintas compañías*”.

<sup>7</sup> C-0611/14 BBVA/CATALUNYA BANK y C/0587/14 BANCO POPULAR/CITIBANK, así como M.9432, ALLIANZ HOLDINGS/LEGAL AND GENERAL INSURANCE, de 3 de diciembre de 2019.

<sup>8</sup> C-0611/14 BBVA/CATALUNYA BANK y C/0587/14 BANCO POPULAR/CITIBANK.

seguros, mientras que los mediadores realizan un asesoramiento independiente y personalizado, ofreciendo seguros de distintas aseguradoras. Esta distinción ya se halla en precedentes europeos<sup>9</sup>.

- (19) Finalmente, dentro del canal indirecto, el servicio ofrecido por los comparadores muestra algunas diferencias con el de mediadores tradicionales. Entre otras, el comparador no requiere desplazamiento del cliente y permite una comparación más amplia y rápida, mientras que los mediadores personalizan más el servicio y ofrecen asesoramiento en caso de siniestro.
- (20) Varios precedentes en sectores distintos de los seguros que han considerado que las plataformas en línea constituyen un mercado separado<sup>10</sup>. En el sector financiero y de seguros la CNMC también ha estudiado la posibilidad de considerar como mercado separado las plataformas de comparación en línea.<sup>11</sup> En lo relativo específicamente a los seguros, precedentes del Reino Unido<sup>12</sup> han analizado el mercado de comparadores de seguros en línea distinguiendo por tipo de seguro, si bien el canal *online* es comparativamente más importante en el Reino Unido que en España.
- (21) Así, cabría definir un mercado estrecho de comparación de seguros en línea como mercado de dos caras que conecta dos categorías distintas de clientes: aseguradoras y personas físicas que quieren contratar un seguro. En este mercado operarían tanto comparadores de seguros puros como corredores de seguros en línea pues ofrecen servicios muy similares.
- (22) [...] A este último respecto como se ha señalado, de acuerdo con la nueva legislación del sector en España, los comparadores deben pertenecer a un mediador o estar registrados como tal, para poder comercializar seguros. Por lo tanto, la distinción entre comparadores en línea y mediadores en línea no es nítida.
- (23) Esto indicaría que cabría considerar un posible mercado estrecho de los servicios de comparación de seguros en línea, pudiéndose, también, definir mercados más estrechos en función de cada tipo de seguro. Este mercado incluiría tanto mediadores-comparadores que operan exclusivamente en línea como mediadores que operan en línea y presencialmente, si bien en este segundo caso considerando solo la fracción de negocio en línea.
- (24) Por otra parte, la distinción entre comparadores en línea y mediadores presenciales podría estar desdibujándose, lo que podría implicar eventualmente una definición

---

<sup>9</sup> M.6752, CVC/CUNNINGHAM LINDSEY GROUP, de 3 de diciembre de 2012.

<sup>10</sup> Véanse entre otros M.9005 BOOKING HOLDINGS/HOTEL COMBINED, C/073016 JUST EAT/LA NEVERA ROJA, C/0802/16 DAIMLER/HAILO/MYTAXI, C/1046/19 JUST EAT/CANARY.

<sup>11</sup> En C/1015/19 BAUER / CLABERE NEGOCIOS CREDIMARKET [...].

<sup>12</sup> Digital comparison tools market study, 2017 y decisión de 19 de noviembre de 2020 sancionando el uso de cláusulas de nación más favorecida en seguros de hogar por parte de un comparador de seguros (Véase el siguiente enlace: <https://www.gov.uk/cma-cases/price-comparison-website-use-of-most-favoured-nation-clauses>)

de mercado más amplia<sup>13</sup>. También podría considerarse la inclusión de las páginas web de comparación auxiliares, aunque ni pertenezcan a, ni estén registradas como mediadores<sup>14</sup>.

- (25) En cualquier caso, a efectos del presente expediente no es preciso cerrar la definición del mercado de producto pues las conclusiones del análisis no se verán afectadas. Se analizarán los mercados más estrechos plausibles en los que opera la adquirida, esto es, los mercados de comparadores en línea de seguros segmentado en función de tipo de seguro.

### El mercado geográfico

- (26) De acuerdo con la notificante y en línea con los precedentes citados sobre distribución de seguros, el mercado geográfico de los comparadores de seguros sería nacional. Esto se debe, entre otras razones, a ser un sector muy regulado a nivel nacional, al operar una página web única accesible en todo el territorio y a que las aseguradoras tienden a tener también un ámbito nacional de actividad.

## **V. VOLUMEN DE NEGOCIOS Y CUOTA DE MERCADO**

### *Umbral de volumen de negocios*

- (27) La siguiente tabla muestra el volumen de negocios de las partes durante el último ejercicio económico conforme a lo dispuesto en el artículo 5 del RDC:

Volumen de negocios de las partes en 2019 (millones de euros)			
	Mundial	Unión Europea	España
Bauer	[< 2.500]	[>100]	[<60]
Acierto	[< 2.500]	[<100]	[<60]

Fuente: Notificante.

- (28) Como se observa en el cuadro, la operación no alcanza el umbral de volumen de negocios previsto en el artículo 8.1b de la LDC.

### *Umbral de cuota de mercado*

<sup>13</sup> Además de estar tratados homogéneamente por la nueva regulación del sector (el mencionado Real Decreto-ley 3/2020), los mediadores tradicionales utilizan de manera creciente los comparadores en línea, ofrecidos en paralelo a los servicios en formato presencial. De hecho, a menudo el cliente recibe una primera atención en línea usando un comparador, pero se desplazaría eventualmente a las oficinas presenciales para realizar la transacción final. Esta modalidad de negocio convive con los comparadores en línea puros, que no ofrecen atención presencial, aunque sí la pueden ofrecer telefónica (caso de ACIERTO). [...]. Lo anterior podría apuntar a que el mercado relevante fuese más amplio: servicios de comparación/mediación, sean presenciales o en línea.

<sup>14</sup> De acuerdo con la notificante estos operadores, al no ser mediadores, no pueden ofrecer los mismos servicios y no están sujetos a la misma regulación. Además, al limitarse a mostrar o a redirigir hacia el servicio de comparación de un mediador, ello podría generar problemas de doble cómputo de las cuotas de dicho mediador.

- (29) En cuanto a la adquirida, ACIERTO, el siguiente cuadro muestra su cuota en 2019 en el mercado de comparación de seguros en línea y sus distintos segmentos (en % del total de facturación del mercado).

Mercado/Segmento	Cuota de mercado de ACIERTO en 2019 (%)
Comparación seguros en línea	[10-20]
Comparación seguros en línea de vida	[20-30]
Comparación seguros en línea de no vida	[10-20]
Comparación seguros en línea de motor	[10-20]
Comparación seguros en línea de salud	[10-20]
Comparación seguros en línea de hogar	[10-20]
Comparación en línea de otros seguros	[0-10]

Fuente: Notificante.

- (30) Para el cálculo de estas cuotas la notificante ha incluido a los comparadores en línea y también aquellos mediadores mixtos (que operan tanto en línea como presencialmente), pero recogiendo para estos últimos solo el negocio en línea. Este segundo dato no es conocido por lo general y la notificante, a requerimiento de esta Dirección de Competencia, ha indicado que ha sido estimado como un porcentaje del volumen total de negocios y que los datos aportados "se basan exclusivamente en estimaciones de buena fe (y tratando de ser conservadores) realizadas por Acierto, basadas en su experiencia en el mercado y en las cuentas anuales de sus competidores". El porcentaje estimado es el 80%, excepto para el CORTE INGLÉS, donde es un 10%.
- (31) En cualquier caso, incluso asumiendo el escenario más conservador en el que los corredores de seguros que operan tanto en línea como en el canal físico realicen sólo el 1% de su volumen de negocio en línea, la cuota adquirida tampoco alcanzaría el umbral del 30%, manteniéndose las cuotas más elevadas de la adquirida en seguros de vida<sup>15</sup>.
- (32) Por otra parte, la inclusión de la cifra de negocios de CREDIMARKET relacionada con los seguros no alteraría las conclusiones del análisis toda vez que la misma es absolutamente residual [...].
- (33) Por tanto, cabe concluir que la operación no alcanza el umbral de volumen de cuota de mercado previsto en el artículo 8.1 a) de la LDC.

<sup>15</sup> Donde la cuota ascendería a aproximadamente el [20-30]%.

## **VI. VALORACIÓN**

- (34) La operación no supera el umbral del art. 8 b) LDC toda vez que la cifra de negocios de la adquirida es inferior a [60 millones de euros]. En cuanto al umbral de cuota de mercado establecido en el art. 8 b) LDC, de acuerdo con la información facilitada por la notificante, tampoco se alcanza pues incluso tomando como referencia los mercados más estrechos plausibles la cuota se sitúa por debajo del 30%.
- (35) Por tanto, al no concurrir ninguna de las circunstancias señaladas en el artículo 8 de la LDC, la operación no estaría sujeta a la obligación de notificación a la CNMC, según lo establecido en el artículo 9 de la LDC.

## **VII. PROPUESTA**

- (36) 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 **el archivo de las actuaciones**, en aplicación de los artículos 57.2.e) y 44.b) de la referida ley, en la medida que la operación notificada no está sujeta al procedimiento de control por la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, al no alcanzar los umbrales de notificación establecidos en el artículo 8.1 de la LDC.

[...]