

INFORME Y PROPUESTA DE RESOLUCIÓN EXPEDIENTE C/1144/20 CAIXABANK/BANKIA

I. ANTECEDENTES

- (1) Con fecha 24 de noviembre de 2020 tuvo entrada en la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia notificación de la concentración consistente en la fusión por absorción de BANKIA, S. A. (sociedad absorbida) por CAIXABANK, S. A. (sociedad absorbente).
- (2) La notificación ha sido realizada por CAIXABANK y BANKIA, 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 establecido en las letras a) y b) del artículo 8.1 de la mencionada norma. A esta operación le es de aplicación lo previsto en el Reglamento de Defensa de la Competencia ("RDC"), aprobado por Real Decreto 2611/2008, de 22 de febrero.
- (3) En ejercicio de lo dispuesto en los artículos 39.1 y 55.5 de la LDC, con fechas 25 de noviembre y 4 de diciembre de 2020, y 1 de febrero, 16 de febrero, 24 de febrero y 11 de marzo de 2021, la Dirección de Competencia requirió a la notificante información necesaria para la resolución del expediente.
- (4) Adicionalmente, con fechas 4, 11, 16 y 17 de diciembre de 2020, 18 y 28 de enero, y 15 y 24 de febrero, y 1 y 16 de marzo de 2021, esta Dirección de competencia, conforme a lo previsto en los artículos 39.1 y 55.6 de la LDC, notificó a terceros operadores y asociaciones requerimientos de información necesaria para la adecuada valoración de la concentración.
- (5) Del mismo modo, en ejercicio de lo dispuesto en el artículo 39.1 de la LDC, la Dirección de Competencia requirió con fechas 27 de noviembre de 2020 y 16 de febrero de 2021 al Banco de España, y con fecha 15 de enero de 2021 a la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones (DGSFP) información necesaria para la resolución del expediente.
- (6) En virtud de lo dispuesto en el artículo 37.1.a) y b) de la LDC, estas solicitudes de información suspendieron el transcurso de los plazos máximos para resolver en la medida en que las respuestas a dichos requerimientos contenían elementos esenciales para valorar la operación de concentración notificada.
- (7) Con fecha 10 de marzo de 2021, CAIXABANK remitió una propuesta de compromisos en primera fase al amparo del artículo 59 de la LDC y el artículo 69 del RDC, al objeto de resolver los posibles obstáculos para el mantenimiento de la competencia efectiva que puedan derivarse de la concentración. Con fecha 12 de marzo de 2021 se dio traslado de parte de los compromisos presentados a terceros operadores para la valoración de los mismos en la parte que les afectaba.

- (8) Con fecha 18 de marzo de 2021, CAIXABANK remitió una nueva propuesta de compromisos (en adelante, la propuesta final de compromisos).
- (9) A la vista de lo anterior, la fecha límite para acordar iniciar la segunda fase del procedimiento es el 10 de mayo de 2021, inclusive. Transcurrida dicha fecha, la operación notificada se considerará tácitamente autorizada.

II. NATURALEZA DE LA OPERACIÓN

- (10) La operación consiste en la fusión por absorción de BANKIA, S. A. (sociedad absorbida) por CAIXABANK, S. A. (sociedad absorbente).
- (11) Con fecha 17 de septiembre de 2020 se firmó el Proyecto común de fusión, suscrito por los consejos de administración de las partes. En él se establece que la estructura jurídica elegida para llevar a cabo la integración de los negocios de CAIXABANK y BANKIA es la fusión, y se instrumentará mediante la absorción de BANKIA por CAIXABANK, con extinción, vía disolución sin liquidación, de la primera, y transmisión en bloque de todo su patrimonio a la segunda, que adquirirá, por sucesión universal, la totalidad de los derechos y obligaciones de BANKIA.
- (12) Como consecuencia de la fusión, los accionistas de BANKIA recibirán en canje acciones de CAIXABANK. De acuerdo con el Proyecto de Fusión, el tipo de canje de las acciones de las entidades que participan en la fusión, que ha sido determinado sobre la base del valor real de los patrimonios de CAIXABANK y BANKIA, será de 0,6845 acciones de nueva emisión de CAIXABANK por cada acción de BANKIA, de un euro de valor nominal cada una, de las mismas características y con los mismos derechos que las acciones de CAIXABANK existentes en el momento de su emisión.
- (13) La fusión tiene su origen en la nacionalización de BANKIA del año 2012, cuando la Comisión Europea y el Banco de España aprobaron el plan de reestructuración del banco, que debía concluir en 2017. El plazo de desinversión de BANKIA se extendió de 5 a 7 años, estableciéndose la posibilidad de nuevas prórrogas previo acuerdo de Consejo de Ministros. La última de ellas se produjo en 2018, cuando se aprobó ampliar dos años adicionales el plazo de desinversión, hasta diciembre de 2021.
- (14) Una vez consumada la operación, se estima que la Fundación Bancaria Caixa d'Estalvis i Pensions de Barcelona (Fundación Bancaria "la Caixa"), a través de Criteria Caixa, S.A.U. ("CriteriaCaixa", accionista mayoritario de Caixa, que actualmente posee el 40% de su capital), contará con aproximadamente el 30% de las acciones de la entidad resultante, mientras que el Fondo de Reestructuración Ordenada Bancaria ("FROB"), a través de BFA Tenedora de Acciones, S.A.U. (en adelante, BFA, que antes de la operación posee el 61,81% del capital de BANKIA), reducirá su participación hasta aproximadamente un 16% de las acciones. El resto del capital de la entidad resultante será free float¹, con aproximadamente un 37% de las acciones

¹ *Free float* o capital flotante se refiere al porcentaje del total de acciones de una sociedad que se encuentra en circulación y es susceptible de ser negociado habitualmente en bolsa, pueden ser compradas por los inversores o vendidas por los accionistas libremente, y que no está controlado por accionistas de forma estable. Incluye el total de acciones de la sociedad, menos la porción en manos del grupo controlante y de inversores estratégicos en el caso de empresas privatizadas, o los directivos o inversores a largo plazo.

titularidad de inversores institucionales y un 17% titularidad de inversores minoristas.

- (15) Tras el anuncio de la operación en septiembre y la reunión, en octubre, de los consejos de administración de CAIXABANK y BANKIA para aprobar los informes sobre el proyecto de fusión, las juntas generales de accionistas de cada parte, que tuvieron lugar los días 2 de diciembre y 1 de diciembre de 2020, respectivamente, aprobaron el proyecto de fusión por absorción de BANKIA por CAIXABANK.
- (16) El apartado 17 del Proyecto de fusión recoge una serie de condiciones suspensivas entre las que se encuentra la autorización de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia.

III. APLICABILIDAD DE LA LEY 15/2007 DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

- (17) 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, puesto que la operación propuesta no cumple con los umbrales establecidos en el artículo 1.
- (18) La operación notificada cumple, sin embargo, los requisitos previstos por la Ley 15/2007 para su notificación, al superarse los umbrales establecidos en los artículos 8.1. a) y b) de la misma.

IV. EMPRESAS PARTICIPES

IV.1 CAIXABANK, S.A.

- (19) CAIXABANK, S.A. (en adelante, CAIXABANK) es la entidad matriz de un grupo de servicios financieros cuya acción se encuentra admitida a negociación en las bolsas de Barcelona, Madrid, Valencia y Bilbao y en el mercado continuo, formando parte del Ibex-35 desde 2008, así como del Euro Stoxx Banks Price EUR, el MSCI Europe y el MSCI Pan-Euro.
- (20) CAIXABANK es una empresa independiente no controlada por ninguna persona o entidad. Su mayor accionista, con una participación de aproximadamente el 40% del capital, es CriteríaCaixa. Más del 55% del capital de CAIXABANK es *free float*, y el resto corresponde a los miembros del consejo de administración y a autocartera².
- (21) CriteríaCaixa es la sociedad holding de inversiones no cotizada que gestiona el patrimonio de la Fundación Bancaria “la Caixa”, con una cartera compuesta por participaciones accionariales en sectores estratégicos tales como el bancario, energético, las infraestructuras, los servicios y el negocio inmobiliario³. La Fundación Bancaria “la Caixa” gestiona de forma directa la

² BlackRock es el segundo mayor accionista de CaixaBank con un 3,326%, por detrás de la Fundación Bancaria La Caixa, que controla un 40,021% del accionariado del banco a través de Critería Caixa. Por detrás, Invesco controla el 1,68% y Norges Bank el 0,19%.

³ CriteríaCaixa es una sociedad instrumental patrimonialista controlada al 100% por la Fundación Bancaria “la Caixa”, que gestiona todas las participaciones accionariales del Grupo: (i) cartera bancaria, con participación en CAIXABANK (40,02%), Grupo Financiero Inbursa (9,1%) y Bank of East Asia (17,44%); (ii) cartera industrial y de servicios, con participaciones en Saba Infraestructuras (99,51%), Naturgy (24,79%), SUEZ (5,91%), Cellnex Telecom (4,77%), Telefónica (1,21%) y otras participaciones inferiores; (iii) y el negocio inmobiliario, con InmoCaixa.

Obra Social que se financia con los dividendos obtenidos de CriteríaCaixa. CriteríaCaixa, a su vez, se nutre de los dividendos que recibe de sus participadas y realiza una gestión activa de su cartera y de otros activos.

- (22) CAIXABANK también está presente en el mercado de producción de seguros a través de una sociedad del grupo, VidaCaixa, S.A. de Seguros y Reaseguros Sociedad Unipersonal (para los seguros de vida), y de una sociedad asociada al grupo, SegurCaixa Adeslas, S.A. de Seguros y Reaseguros (para los seguros de no vida). Mutua Madrileña es titular del 50% del capital de esta última sociedad⁴.
- (23) Junto a la actividad en el sector bancario, de seguros y pensiones, CAIXABANK tiene participaciones minoritarias en las siguientes entidades o empresas:
- Comercia Global Payments, Entidad de Pago, S.L (49%)⁵.
 - Sociedad Española de Medios de Pago, S.A. (Servired) (22,01%).
 - Sistema de Tarjetas y Medios de Pago, S.A. (18,11%).
 - Sociedad de Procedimientos de Pago, S.L. (Bizum) (22,92%).
 - Redsys Servicios de Procesamiento, S.L. (20%).
 - Payment Innovation HUB, S.A. (50%).
- (24) Además, CAIXABANK está presente en el mercado inmobiliario, principalmente como resultado de la adjudicación de activos inmobiliarios en el contexto de la actividad bancaria, suponiendo para la entidad una actividad residual que supone un [0-5%] de cuota del mercado inmobiliario residencial.
- (25) Según las notificantes, el volumen de negocios de CAIXABANK en España en 2019, conforme al artículo 5 del RDC, fue de [>240] millones de euros.

VOLUMEN DE NEGOCIOS DE CAIXABANK (2019 – millones de euros)		
Mundial	UE	España
12.473	[>2.500]	[>240]

IV.2 BANKIA, S.A.

- (26) BANKIA es una entidad financiera española que cotiza en el Ibex 35. Su negocio es de ámbito nacional, con un modelo de banca universal basado en la gestión multicanal y especializado en la prestación de servicios a particulares y empresas.

⁴ La compañía es propiedad de Mutua Madrileña y de VidaCaixa Grupo, el Grupo Asegurador de “la Caixa”, integrado en CAIXABANK desde julio de 2011.

El capital social se divide así:

- 50% Mutua Madrileña
- 49,92% VidaCaixa SAU (grupo CAIXABANK)
- 0,08 minoritarios

⁵ CAIXABANK ha alcanzado un acuerdo con Global Payments (titular del 51% restante) para vender un 29% del capital, de forma que la participación de la primera ascendería al 20% y la participación de la segunda ascendería al 80%.

- (27) El origen de BANKIA se remonta a julio de 2010, con la integración de siete cajas de ahorros (Caja Madrid, Bancaja, Caja Canarias, Caja Ávila, Caixa Laietana, Caja Segovia y Caja Rioja) mediante un Sistema Institucional de Protección (SIP). Bajo estas siglas, el nuevo grupo resultante integraba su organización y gestión, actuando como una única entidad a efectos contables y regulatorios. El 3 de diciembre de 2010 se crea Banco Financiero y de Ahorros (BFA) y, bajo esta agrupación, nace unos meses después BANKIA, la denominación comercial de la entidad resultante de la fusión de estas siete cajas, que debutó en Bolsa en julio de 2011.
- (28) BANKIA está controlada por BFA Tenedora de Acciones, S.A.U., que es titular de aproximadamente el 61,81% del capital social, siendo el resto capital flotante. BFA es una sociedad participada al 100% por el FROB y no dispone de actividad más allá de su participación en BANKIA⁶.
- (29) El FROB, que no interviene en la gestión ni en la política comercial de BANKIA, es una entidad de Derecho público que tiene por objeto gestionar los procesos de resolución de las entidades bancarias en su fase ejecutiva, así como otras funciones derivadas de los procesos ya acometidos en etapas anteriores, tales como la de llevar a cabo la desinversión de la participación del Estado en BANKIA, así como la de gestionar su participación en Sareb.
- (30) BANKIA también está presente en el sector asegurador a través de su participación en BANKIA Mapfre Vida, S.A. de Seguros y Reaseguros, con una participación del 49% y en Sa Nostra Compañía de Seguros de Vida, S.A., con una participación del 18,7%. En relación con Caja Granada Vida Compañía de Seguros y Reaseguros, S.A., Ahorro Andaluz, S.A. y CajaMurcia Vida y Pensiones de Seguros y Reaseguros, S.A., éstas eran sociedades independientes hasta diciembre de 2020, cuando fueron absorbidas por la entidad BANKIA Mapfre Vida⁷ cuya cuota de mercado, si bien reducida, aumentó de manera directa y no a través de filiales.

⁶ BFA es también titular de dos sociedades en liquidación y sin actividad: Caja Madrid Finance Preferred, S.A.U. y Residencial La Maimona S.A.U. Por su parte, BANKIA posee participaciones minoritarias que no otorgan el control en las siguientes sociedades: Ac Capital Premier II, F.C.R. de Régimen Simplificado (capital riesgo, 10,4%); AC Patrimonio Inmobiliario, F.I.I. en liquidación (inmobiliario, 30,1%); Ahorro Corporación Infraestructuras, F.C.R. en liquidación (capital riesgo, 13,7%); Arcalia Private Equity, S.C.R. de Régimen Simplificado, S.A (capital riesgo, 10,9%); AvalMadrid, S.G.R. (financiación PYMES, 25,2%); Bankia Mapfre Vida, S.A. de Seguros y Reaseguros (seguros de vida, 49%); Belagua 2013, S.A. (hostelería, 15,7%); Billib, S.L. (otros servicios independientes, 30,5%); CACF Bankia Consumer Finance, EFC, S.A. (financiación consumo, 49%); Cartera Perseidas. S.L. (gestora de sociedades, 11,82%); Cecabank, S.A. (banca, 25,9%); Concessia, Cartera y Gestión de Infraestructuras, S.A. (participación en entidades, 16%); EBM Alisma, F.C.R., de Regimen Simplificado en liquidación (capital riesgo, 21,3%); EBN Vaccaria, F.C.R. en liquidación (capital riesgo, 13,9%); Euro 6000, S.L. (medios de pago, 10,26%); Explorer II, F.C.R. (capital riesgo, 13,5%); Jeremie Andalucía, F.I.C.C. (capital riesgo, 19,3%); Gestio de Mitjans de Pagament, S.L. en liquidación (medios de pago, 20%); Gramina Homes, S.L. (inmobiliaria, 20%); Finweg, S.A. (otros servicios independientes, 20%); IMF Oportunitas, S.L. (financiera, 12,4%); Mastercajas, S.A. (Organización y coordinación cajas en agrupaciones de medios de pago, 10,3%); Metro House Invest, S.L. (promoción inmobiliaria, 50%); Murcia Emprende, Sociedad de Capital Riesgo de Régimen Simplificado, S.A.(capital riesgo 28,68%); Nettit Collaborative Payments, S.L (otros servicios independientes, 30%); Newcoval, S.L. (inmobiliaria, 50%); Nueva Vivienda Joven de Murcia, S.L. en liquidación (producción inmobiliaria, 49,89%); Promociones y Proyectos Murcilor, S.L. en liquidación (promoción inmobiliaria, 50%); Sa Nostra Compañía de Seguros de Vida, S.A. (seguros, 18,7%); Sistema de Tarjetas y Medios de Pago, S.A (medios de pago, 10,78%); Sociedad Española de Medios de Pago, S.A. (Servired) (medios de pago, 19,2%); Sociedad de Procedimientos de Pago, S.L. (Bizum) (medios de pago, 10,52%); Sol Edificat Ponent, S.L. (promoción inmobiliaria, 50%); Redsys Servicios de Procesamiento, S.L. (medios de pago, 15,94%); Royactura, S.L. (inmobiliaria, 45%).

⁷ En diciembre de 2020 se llevó a cabo esta absorción por Bankia Mapfre Vida (participada por BANKIA y MAPFRE) de las dos entidades sobre las que tenían control, pero que tenían existencia autónoma como entidades <https://www.boe.es/boe/dias/2020/12/21/pdfs/BOE-A-2020-16661.pdf>

- (31) En relación con el acuerdo entre BANKIA y Mapfre en seguros, una vez se ejecute la fusión entre CAIXABANK y BANKIA tras obtener todas las autorizaciones que al efecto resulten necesarias, se prevé lo siguiente:
- (i) En relación con los acuerdos de seguros de vida y accidentes entre BANKIA y Mapfre, éstos prevén la posibilidad de que [CONF].
 - (ii) En relación con los acuerdos de distribución de seguros de no vida entre BANKIA y Mapfre, estos prevén la posibilidad de que [CONF].
- (32) Así, se prevé que [CONF].
- (33) Junto a la actividad en el sector bancario, de seguros y pensiones, BANKIA tiene participaciones minoritarias en las siguientes entidades o empresas:
- Cecabank, S.A. (25,9%⁸).
 - Euro 6000, S.L. (10,26%).
 - Sociedad Española de Medios de Pago, S.A. (Servired) (19,20%).
 - Sistema de Tarjetas y Medios de Pago, S.A. (10,78%).
 - Sociedad de Procedimientos de Pago, S.L. (Bizum) (10,52%).
 - Redsys Servicios de Procesamiento, S.L. (15,94%).
 - Mastercajas, S.A. (10,3%).
- (34) BANKIA también está presente en el mercado inmobiliario principalmente por la adjudicación de activos inmobiliarios en el marco de la actividad bancaria, pero su participación en el mercado es residual, registrando una cuota en el mercado residencial del [0-5%] en 2019.
- (35) Según las notificantes, el volumen de negocios de BANKIA en España en 2019, conforme al artículo 5 del RDC, fue de [>240] millones de euros.

VOLUMEN DE NEGOCIOS DE BANKIA (2019 – millones de euros)		
Mundial	UE	España
4.009	[>2.500]	[>240]

V. MERCADOS RELEVANTES

V.1 Mercados de producto

- (36) El sector económico implicado en la operación es el de la prestación de servicios bancarios, en el que centran su actividad ambas partes. Adicionalmente, las partes están simultáneamente presentes en el mercado de medios de pago, en la producción y distribución de seguros, en la gestión de planes de pensiones, así como en el mercado inmobiliario de forma residual, por lo que este último no se analizará como mercado relevante.

⁸ El consejero ejecutivo de BANKIA es consejero en CECABANK.

a) Servicios bancarios

(37) Los precedentes nacionales⁹ y comunitarios¹⁰ vienen distinguiendo tres segmentos en el sector de los servicios bancarios: (i) banca minorista, (ii) banca corporativa y (iii) banca de inversión, atendiendo a criterios derivados de las características de la demanda y de la naturaleza y composición del tipo de servicios ofrecidos. Adicionalmente, la Comisión Europea ha reconocido la existencia de un cuarto segmento: el de factoring¹¹. Además, cada uno de estos segmentos opera a través de diferentes canales de venta, de forma que las características de la competencia difieren en cada uno de ellos.

i. Banca minorista

(38) Los servicios de banca minorista están orientados hacia el mercado de los particulares, comercios y PYMEs. La banca minorista mantiene una operativa para una base amplia de clientes que efectúan gran número de operaciones de pequeña cuantía, de forma que necesita una amplia red de sucursales para satisfacer a una clientela numerosa y con frecuencia dispersa. Este segmento engloba diversos instrumentos tales como la captación de depósitos o la concesión de créditos y préstamos.

(39) En el mercado de banca minorista, el BCE ha considerado, en los diversos informes emitidos en relación con operaciones de concentración de entidades financieras, que los depósitos y los créditos son los productos más representativos de la competitividad de las entidades de crédito¹². En el mercado de banca minorista, el informe estadístico sobre indicadores estructurales de los mercados financieros del BCE da valores de los activos bancarios y número de sucursales de las entidades de crédito nacionales que permiten comparar el nivel de competencia en los diferentes países miembro de la UE¹³. Por otro lado, un informe de la OCDE sobre competencia en el sector bancario en los países de la OCDE evalúa la competencia basándose en índices de concentración contruidos según cuotas de depósitos y de préstamos bancarios¹⁴. Así, varios precedentes nacionales¹⁵ han analizado el mercado de banca minorista a través de tres parámetros: créditos, depósitos y sucursales.

(40) En consecuencia, en esta operación se analizará el mercado de banca minorista a través de las cuotas de mercado en términos de créditos y depósitos, así como del número de sucursales.

(41) Adicionalmente, si bien los precedentes no han considerado realizar un análisis de los créditos en función del fin o destinatario del crédito (créditos a

⁹ Casos C/0901/17 BANKIA/ BMN, C/1013/19 ABANCA / BCG, C/0611/14 BBVA/CATALUNYA BANK, C/0587/14 BANCO POPULAR/CITYBANK ACTIVOS.

¹⁰ Entre otros, COMP/M.5960 - CREDIT AGRICOLE/CASA DI RISPARMIO DELLA SPEZIA /AGENCES INTESA SANPAOLO; COMP/M.5948 - BANCO SANTANDER/RAINBOW; COMP/M.5432 - CREDIT MUTUEL/COFIDIS; COMP/M. 5363 - SANTANDER/BRADFORD & BINGLEY ASSETS, M.4844 FORTIS/ABN AMRO ASSETS; M.4692 BARCLAYS/ABN AMRO.

¹¹ COMP/M.3894 - UNICREDITO/HVB; COMP/M. 8553 – BANCO SANTANDER/BANCO POPULAR GROUP.

¹² C/0901/17 BANKIA/BMN

¹³ <https://sdw.ecb.europa.eu/servlet/desis?node=1000002869>

¹⁴ <http://www.oecd.org/daf/competition/sectors/46040053.pdf>

¹⁵ C/0901/17 BANKIA/BMN; C/1013/19 ABANCA/BCG; C/0488/12 CAIXABANK/BANCO DE VALENCIA

PYMES, crédito hipotecario, crédito destinado a construcción de obra civil, etc.), dado que la entidad se convertirá en líder del sector de banca minorista, ligado al hecho de que el test de mercado ha puesto de manifiesto preocupaciones relacionadas con una posible disminución de la concesión de crédito en algunos sectores concretos, se analizarán también las cuotas de mercado de acuerdo con ese criterio¹⁶.

ii. Servicios bancarios corporativos

- (42) Los servicios de banca corporativa comprenden los servicios bancarios a grandes empresas y a organismos e instituciones públicas. Su actividad se desarrolla en grandes centros financieros, en pocas unidades operativas muy especializadas y con personal altamente cualificado. Comprende diferentes productos como depósitos, préstamos a corto y largo plazo, créditos de garantía, gestión de papel comercial, financiación del comercio exterior, swaps y leasing, rama de actividad, esta última, que comprende el arrendamiento financiero u operativo de todo tipo de activos productivos.
- (43) Al igual que en el mercado minorista, se analizará el mercado de banca corporativa a través de la cuota de mercado en términos de créditos y depósitos, como elementos más representativos de la competitividad, así como a través de la cuota de leasing, como segmento representativo de banca corporativa.

iii. Factoring

- (44) El factoring es un servicio financiero por el cual un cliente comercial cede sus créditos a cobrar a una empresa de factoring que cobrará el dinero. El factoring comprende la compra a clientes comerciales o negocios de todo tipo de cuentas por cobrar, proporcionando así a los clientes una mayor liquidez.
- (45) Si bien la autoridad española venía definiendo los servicios de factoring como una parte del mercado de banca corporativa, los precedentes nacionales más recientes¹⁷ o europeos¹⁸ consideran que estos servicios constituyen un mercado separado con dimensión nacional, por lo que se analizará de forma independiente.

iv. Banca de inversión y otros mercados financieros

- (46) Engloba los servicios de asesoría sobre emisión de instrumentos financieros, las operaciones en los mercados financieros y los servicios de banca privada (asesoramiento personalizado a clientes con grandes patrimonios), productos de intermediación estructurados, derivados, renta fija, renta variable, inversión alternativa, capital riesgo, fondos de inversión libre, fondos de fondos, carteras de fondos, etc.

¹⁶ En varias respuestas al test de mercado se pone de manifiesto: elevada cuota en crédito a empresas [CONF.], elevada cuota en crédito a hogares y consumo [CONF.], riesgo de un endurecimiento del acceso al crédito [CONF.]. Asimismo, con fecha 4 de noviembre de 2020 se recibió email de queja de una empresa inmobiliaria, acerca de una posible restricción o reducción del acceso al crédito en el sector.

¹⁷ C/0901/17 BANKIA/BMN.

¹⁸ M.3894 Unicredito/HVB, M.1661 Crédit Lyonnais/Allianz-Euler/JV, M.4155 BNP Paribas/BNL, M.4844 – FORTIS/ABN AMRO ASSETS.

b) Tarjetas, TPVs y cajeros

- (47) Los precedentes nacionales¹⁹ y comunitarios²⁰ vienen considerando los distintos segmentos que, según la notificante, integrarían el posible mercado de medios de pago (cajeros, tarjetas y TPVs), como subsegmentos que se englobarían dentro del mercado de banca minorista antes señalado. No obstante, también hay precedentes en los que alguno de los segmentos que la notificante considera incluidos en un posible mercado de “medios de pago”, se analiza como un mercado independiente del mercado de banca minorista²¹; es el caso de las tarjetas, bien de crédito, bien de débito (incluso revolving) o los pagos con tarjetas, pero no de cajeros ni TPVs, que no se han tratado como mercados diferenciados.
- (48) La notificante, sin embargo, define en su notificación un mercado de “medios de pago” como mercado de producto independiente, donde quedarían incluidos la emisión de tarjetas (de crédito y débito), TPVs (terminales en punto de venta) y cajeros automáticos. Para ello, se basa en el precedente C/59/00 MóvilPago, de donde extraen la definición de un mercado de medios de pago: *“los llamados medios de pago electrónicos son aquellos sistemas que permiten el procesamiento de órdenes de pagos a través de sistemas electrónicos. Uno de los medios de pago electrónicos más arraigados entre los consumidores son las tarjetas de pago (bien de crédito, bien de débito). Ambos medios (tarjetas y sistema MOVILPAGO) competirán en un mismo mercado, y será el consumidor el que se decida por uno u otro en función de sus necesidades y de las ventajas económicas o de otro tipo que cada uno le ofrezca”*.
- (49) A raíz de este planteamiento, y en el marco de los tests de mercado realizados, se preguntó a terceros sobre la definición de este mercado. Entre las empresas de medios de pago, uno de los principales operadores de medios de pago ha considerado que *“sería falso englobar todos los servicios de pago en el mismo mercado que los servicios bancarios al por menor”*, considerando que debería ser un mercado independiente y coincide con la notificante en los subsegmentos incluidos en dicho mercado. Por su parte, otro de los principales operadores de medio de pago considera que *“los sistemas de pago (incluidas las tarjetas de pago), están sujetos a una regulación específica que está relacionada, pero es claramente distinta, de la regulación aplicada a las entidades financieras, [...] las instituciones financieras y de crédito son los proveedores de servicios de pago más importantes en los mercados de pago (en términos de volumen y valor), pero la participación en los mercados de pago no está reservada a estas instituciones, y [...] además, el ecosistema de pagos es complejo, impulsado por el cambio tecnológico y por la aparición de sistemas de pagos diferenciados y proveedores de pago alternativos o emergentes”*. Adicionalmente, resalta la importancia de los mercados de pagos con tarjeta,

¹⁹ C/0901/17 BANKIA/BMN; C/1013/19 ABANCA/BCG; C/0488/ CAIXABANK/BANCO DE VALENCIA.

²⁰ M.8553 SANTANDER/POPULAR.

²¹ C/0587/14 Banco Popular/Citibank (Activos); M.4844 FORTIS / ABN AMRO ASSETS; M.5384 BNP PARIBAS/FORTIS.

que sí considera que “*deberían ser un foco natural de análisis en el contexto de una concentración*”, ya que las tarjetas de pago son el instrumento alternativo al efectivo más importante para la gran mayoría de los consumidores, son esenciales para el pago de compras o acceso a los fondos, están sujetas a una regulación específica y tienen unas condiciones de competencia específicas y diferenciadas. Junto a dichos operadores, diversas entidades bancarias (tanto de banca tradicional como online) consideran que debe analizarse como un mercado independiente. Entre sus argumentos se citan: (i) innovaciones técnicas; (ii) cambios en el marco regulatorio (PSD2); (iii) o la entrada de nuevos operadores (Fintech y Bigtech).

- (50) Otras entidades bancarias, sin embargo, consideran que se debería mantener su análisis como un subsegmento de banca minorista, y alguna de ellas lo pone de manifiesto fundamentalmente en relación con el mercado de emisión de tarjetas.
- (51) Por tanto, a pesar de que la definición propuesta por la notificante como mercado independiente no es generalizada, sí ha habido ya precedentes que han considerado los pagos con tarjeta de forma independiente y se observa que, debido a una serie de elementos (cambio tecnológico, aparición de sistemas de pago diferenciados, proliferación de actores en el mercado), se avanza hacia una consolidación del mercado como merecedor de un análisis independiente del mercado de banca minorista, que podría llevar, bien a considerar los medios de pago como mercado independiente y a analizar dentro del mismo los subsegmentos señalados (tarjetas, TPVs y cajeros) o bien a analizar estos tres segmentos de forma independiente sin definir un mercado de medios de pago diferenciado que los integre. No obstante, puesto que, en cualquiera de los dos supuestos, la valoración no difiere, se analizarán las cuotas en todos los subsegmentos mencionados sin que sea necesario cerrar una concreta definición de mercado ni definir un mercado de medios de pago.

c) Seguros y planes de pensiones

- (52) El sector de los seguros comprende el conjunto de actividades económicas relacionadas directamente con la actividad aseguradora, por medio de la cual se transforma total o parcialmente un suceso aleatorio o incierto (riesgo asegurado), mediante el pago de una prima, en una indemnización cierta, determinada o determinable, previamente pactada.
- (53) Siguiendo los precedentes del sector asegurador de la Comisión Europea, se puede distinguir entre los mercados de (i) producción y de (ii) distribución de seguros, por lo que se realizará el análisis de ambas actividades en la presente operación.

i. Mercado de producción de seguros: vida y no vida

- (54) El mercado de producción comprende la generación de seguros propios distribuidos a través de canales directos (la fuerza de ventas y la red de oficinas de las aseguradoras).

- (55) Los precedentes nacionales²² y comunitarios²³ han considerado que el mercado de producción de seguros puede segmentarse, a su vez, en (i) seguros de vida; (ii) seguros de no vida; y (iii) reaseguros, atendiendo a la naturaleza del riesgo. Las partes se encuentran activas de forma conjunta únicamente en el primer mercado en España, no estando presente BANKIA en el mercado de producción de seguros de no vida.
- (56) A su vez, las autoridades nacionales han considerado que, desde el punto de vista de la demanda, los mercados de seguros de vida y no vida pueden subdividirse en tantos mercados de producto como riesgos cubran, debido a la inexistencia de sustituibilidad de demanda entre ellos y por las distintas características, primas y propósitos de cada uno de ellos²⁴.
- (57) No obstante, desde el punto de vista de la oferta, el hecho de que las condiciones que ofrecen las compañías aseguradoras para los distintos tipos de riesgos son muy similares entre sí, junto al hecho de que la mayoría de las aseguradoras (especialmente las grandes compañías aseguradoras) ofrecen seguros para diversos tipos de riesgos, ha llevado a la inclusión de diferentes tipos de seguros de vida y no vida en un mismo mercado de producto, cuando los riesgos cubiertos afecten a un mismo bien²⁵.
- (58) Los seguros de vida, segmento en que se solapa la actividad de ambas partes, cubren los riesgos que pueden afectar a las personas, en concreto, a la existencia de la persona, tanto en su modalidad de fallecimiento (seguros de vida-riesgo) o de supervivencia (seguros de vida-ahorro-jubilación). Esta modalidad de seguros se encuentra regulada en el apartado B) del Anexo de la Ley 20/2015, de 14 de julio, de ordenación, supervisión y solvencia de las entidades aseguradoras y reaseguradoras, la cual establece que el seguro directo de vida se incluye en un solo ramo y comprende, entre otros, los seguros sobre la vida para caso de muerte y de supervivencia (o ambos conjuntamente). Además, según el número de beneficiarios del seguro, se distingue entre seguros individuales y colectivos.
- (59) Siguiendo los precedentes nacionales²⁶, en los que se han tenido en cuenta las actividades de las partes en los diferentes segmentos del mercado de los seguros de vida, seguros individuales, colectivos, de riesgo y de ahorro, y atendiendo a la actividad de las partes, en la presente operación se tomarán en consideración estos cuatro segmentos y se analizarán las cuotas de mercado en todos ellos.

²² C/0861/17 SANTA LUCÍA / UNICAJA BANCO / AVIVA VIDA / UNICORP VIDA / CAJA ESPAÑA VIDA, C-0501/13 UNNIM Banc/UNNIM VIDA, C-0530/13 Segurcaixa Adeslas/Cajasol Seguros Generales/CAN Salud, C/0504/13 APOLLO/FINANMADRID, C/0535/13 APOLLO/ EVO BANCO.

²³ COMP/M.6053 -CVC/Apollo / Brit Insurance, o de 3 de agosto de 2011 en el asunto COMP/M.6217 -Baloise Holding /Nateus/Nateuslif, e M.5432 CREDIT MUTUEL/COFIDIS, M.7078 SANTANDER CONSUMER FINANACE/EL CORTE INGLES/FINANCIERA EL CORTE INGLES y M.5384 BNP PARIBAS/FORTIS.

²⁴ C-0128/08 Cajasol/Caser, C/0568/14 MAPFRE/BANKIA/ASEVAL/LAIETANA VIDAA/ LAIETANA GENERALES.

²⁵ N/05003 REALE SEGUROS/AEGON SEGUROS.

²⁶ C/0659/15 5 BBVA/CX VIDA/CX SEGUROS GENERALES; C/0568/ MAPFRE/BANKIA/ASEVAL/LAIETANA VIDA/LAIETANA GENERALES.

- (60) Los seguros de no vida cubren el resto de los riesgos y tanto las autoridades nacionales²⁷ como comunitarias²⁸ han definido tantos mercados como ramos definidos en la disposición normativa que regule el sector, que, en el caso español, se recoge en la Ley 20/2015, de 14 de julio, de ordenación, supervisión y solvencia de las entidades aseguradoras y reaseguradoras.
- (61) BANKIA no tiene presencia en el mercado de producción de seguros de no vida. Además, la presencia en el mercado de producción de seguros de no vida de CAIXABANK, según datos aportados por la notificante, es reducida, siendo inferior al 15% en la casi totalidad de los ramos a nivel nacional y únicamente algo superior en la producción de seguros de salud, donde alcanza una cuota del [30-40%]. Por ello, y considerando asimismo el porcentaje de vinculación de seguros de no vida y productos financieros presente en CAIXABANK (siendo éste del [0-5%]), no se considera que pueda existir un riesgo para la competencia derivado de la operación por el posible incremento de la cartera de clientes de CAIXABANK que contraten un seguro de no vida junto a un producto financiero principal. Por tanto, cabe descartar la producción de seguros de no vida como mercado relevante en la presente operación en el que únicamente está presente la adquirente.
- (62) Por último, ni CAIXABANK ni BANKIA están presentes en el mercado de reaseguros, por lo que no se analizará este posible mercado.

ii. Mercado de distribución de seguros

- (63) Varios precedentes comunitarios²⁹ han señalado que el mercado de la distribución de seguros comprendería exclusivamente los canales indirectos de venta de seguros, excluyendo las oficinas y canales de venta pertenecientes a las propias aseguradoras que venden directamente dichos productos a los consumidores finales, es decir, la comercialización de seguros -producidos por terceras entidades aseguradoras- a través de canales indirectos o externos (agentes, brokers y otros mediadores, como los bancos y sus filiales mediadores -operadores de banca-seguros). No obstante, en otras ocasiones, la Comisión ha señalado la posibilidad de que el mercado de distribución de seguros incluya tanto canales indirectos como directos, dejando abierta la definición. La Comisión ha dejado abierta también la posibilidad de distinguir entre la distribución de seguros de vida y de no vida debido a las diferencias regulatorias y al hecho de que los operadores activos en la distribución de uno y otro producto difieren.
- (64) La notificante aporta sus datos englobando los datos correspondientes de los mercados nacionales de: (i) distribución de seguros por canales directos a nivel nacional; y (ii) distribución de seguros por canales indirectos a nivel nacional.
- (65) Ambas partes solapan su actividad en el mercado de distribución de seguros de vida, mercado que será objeto de análisis. En el mercado de distribución de seguros de no vida, la cuota de mercado conjunta de la entidad resultante

²⁷ C/0928/18 GRUPO CATALANA OCCIDENTE/SOCIEDADES ADQUIRIDAS; C/0960/18 SANITAS/NECTAR.

²⁸ COMP/M.7233 Allianz/Going Concern of Unipolsai Assicurazioni; COMP/M.6957 IF P&G/Topdanmark.

²⁹ M.6053 CVC/APOLLO/BRIT INSURANCE, M.5347 MAPFRE/ SALVADOR CAETANO / JVS y M.4284 AXAWINTERTHUR.

será inferior al [0-10%], por lo que no se considerará mercado relevante en el análisis de la operación.

iii. Gestión de planes y fondos de pensiones

- (66) De acuerdo con los precedentes nacionales existentes³⁰, la gestión de planes y fondos de pensiones constituye una actividad diferenciada de los seguros de vida, aunque cubran riesgos similares (como, por ejemplo, la obtención de una compensación financiera en el momento de la jubilación).
- (67) Los planes de pensiones son productos de ahorro que complementan la cobertura general de la Seguridad Social. Al contrario que los productos de seguro de vida, en los planes de pensiones la posibilidad de recuperar los ahorros acumulados antes de la jubilación es muy limitada. Asimismo, cabe mencionar que, en general, los planes de pensiones se benefician de ventajas fiscales que no se aplican a los seguros de vida. En cuanto a la diferencia entre los planes y los fondos de pensiones, a grandes rasgos, el plan de pensiones es el producto efectivamente comercializado por la entidad financiera, mientras que el fondo de pensiones es el instrumento financiero utilizado para llevar a cabo la inversión (administrado por una entidad gestora). Es por este motivo que, a menudo, se utilizan ambos términos indistintamente y ningún precedente ha llegado a definir segmentos diferenciados para planes y fondos de pensiones, por lo que, en línea con los mismos, se analizará el mercado de gestión de planes y fondos de pensiones como mercado relevante.

V.2 Mercados geográficos

a) Servicios bancarios

- (68) El mercado de **banca minorista**, según los últimos precedentes nacionales³¹, es de ámbito **nacional**. Esto se fundamenta en las diferencias de idioma, preferencias de los consumidores por oferentes locales, diferente cultura de los negocios y la importancia de la red de sucursales. No obstante, dadas las características de estos mercados, la magnitud de las entidades fusionadas, su peso en determinadas zonas y regiones y el riesgo de que determinados problemas de competencia, como se verá posteriormente, puedan surgir de forma localizada, podría analizarse el mercado de banca minorista a nivel inferior al nacional (particularmente en lo que respecta a sucursales, y los mercados de producto que se realizan en su entorno), como ya han indicado algunos precedentes comunitarios³².
- (69) Así, en estos últimos precedentes nacionales mencionados, así como en otros distintos³³, se han analizado los tres parámetros considerados (créditos, depósitos y sucursales) no sólo a nivel nacional, sino también a nivel

³⁰ Véase Expedientes C-0227/10, GRUPO BANCA CÍVICA, C-0050-08 LA CAIXA/MORGAN STANLEY y C-0128-08 CAJASOL/CASER.

³¹ C/1013/19 ABANCA/BCG; C/0901/17 BANKIA/BMN; C/0603/14 CAIXABANK/BARCLAYS

³² M.7947 BANCO SANTANDER TOTTA/BANIF, M.6405 BANCO SANTANDER/RAINBOW; M.5960 CREDIT AGRICOLE/CASSA DI RISPARMIO DELLA SPEZIA/AGENCES INTESA SANPAOLO, M.3894 UNICREDIT/HVB, M.4356 DEUTSCHE BANK/BERLINER BANK.

³³ C/1013/19 ABANCA/BCG; C/0901/17 BANKIA/BMN; C/0603/14 CAIXABANK/BARCLAYS; C/0455/12 IBERCAJA BANCO/LIBERBANK/BANCO GRUPO CAJATRES; C/0488/12 CAIXABANK/BANCO DE VALENCIA.

autonómico y provincial, cuando la cuota resultante de la operación ha superado el 15%. Por tanto, el análisis de cuotas se realizará considerando también el nivel **provincial**.

- (70) En particular, en el caso del análisis en términos de sucursales, debe tenerse en consideración, además, la necesidad de la existencia de una amplia red de sucursales para poder satisfacer las necesidades de una clientela numerosa y con frecuencia dispersa, así como su importancia, para facilitar, entre otros medios, la inclusión financiera, por lo que se realizará el análisis también a nivel de **códigos postales**. El análisis de códigos postales puede resultar también un proxy adecuado para otros mercados de producto que pueden tener una contratación en el entorno de la sucursal, como créditos, depósitos o servicio de cajeros.
- (71) El ámbito geográfico relevante del mercado de **banca corporativa**³⁴ es el supranacional, pudiendo ser mundial en el caso de grandes corporaciones, aunque ciertos servicios se siguen ofreciendo a nivel nacional, en particular a empresas pequeñas y medianas. Por tanto, se analizará el mercado a nivel **nacional**, dado que el peso del negocio de ambas entidades tiene su foco en España, ofreciendo numerosos servicios a PYMES.
- (72) En el mismo sentido, el mercado de **factoring** se ha venido considerando como de dimensión **nacional**, siguiendo los precedentes nacionales³⁵ y comunitarios³⁶, pues se trata de un servicio prestado mayoritariamente a PYMES.
- (73) Al igual que en el mercado de banca corporativa, los precedentes consideran el mercado de **banca de inversión** y las operaciones en los mercados monetarios de ámbito supranacional, pudiendo ser mundial en el caso de las operaciones en los mercados monetarios y nacional para determinadas operaciones. Dado que la cuota combinada de las partes no es especialmente elevada, se analizarán las cuotas a nivel **nacional** aportadas por las partes, sin que se considere necesario cerrar la definición geográfica en este caso.

³⁴ En relación con la determinación del mercado geográfico en los sectores de banca privada y banca de inversión, Resolución del Consejo de la CNMC en el Expediente C/0488/12, CAIXABANK/BANCO DE VALENCIA

³⁵ Expediente C/0901/17 BANKIA/BMN.

³⁶ COMP/M.3894 UNICRÉDITO/HVB; COMP/M.4155 BNP Paribas/BNL; COMP/M.4844 FORTIS/ABN AMRO ASSETS.

b) Tarjetas, TPVs y cajeros

- (74) Tanto la CNMC³⁷ como la Comisión Europea³⁸ han considerado que la dimensión del mercado de tarjetas de pago es de alcance **nacional**, sin perjuicio de que su ámbito pueda extenderse a nivel europeo. En línea con los precedentes citados, se realizará un análisis a nivel nacional en los mercados de emisión de tarjetas de crédito y débito.
- (75) En el caso del segmento de terminales en punto de venta (TPVs) se puede realizar la misma apreciación, y considerar también una dimensión de alcance nacional e incluso extenderse a nivel europeo siguiendo precedentes³⁹, si bien en el caso COMP/M.9776 Worldline S.A /Ingenico Group S.A. se señalaba también la importancia en este mercado de tener presencia local. Al no plantear problemas de cuota, y no haber surgido problemas por parte de competidores en este segmento en el test de mercado realizado, se llevará a cabo el análisis de este mercado a nivel **nacional** en línea con los precedentes citados.
- (76) Sin embargo, en el caso del segmento de cajeros automáticos, si bien en precedentes comunitarios⁴⁰ hasta ahora la Comisión Europea no ha considerado una definición geográfica de mercado para este producto, podría considerarse un mercado geográfico más estrecho que el nacional en la medida en que, de manera similar a las sucursales, es necesaria una amplia red y son también otro medio que facilita la inclusión financiera. Por tanto, se realizará el análisis a nivel **provincial**.

c) Seguros de vida y planes y fondos de pensiones

- (77) En cuanto a la dimensión geográfica de los mercados de **producción y distribución de seguros de vida**, las autoridades de defensa de la competencia nacionales⁴¹ y comunitarias⁴² coinciden en señalar que los mercados de seguros de vida (y no vida) tienen, por lo general, un ámbito nacional. Esto se debe, entre otras razones, a las diferentes estructuras de los mercados nacionales, restricciones fiscales y, por tanto, a las diferencias regulatorias de cada país a las que se ven obligadas a adaptarse las entidades extranjeras, así como debido a la necesidad de canales de distribución adecuados y estructuras de mercado establecidas, y a otros factores relevantes, como las restricciones fiscales y los sistemas de regulación divergentes.
- (78) Si bien la Comisión Europea ha indicado que la consolidación de la libre prestación de servicios en la Unión Europea y la armonización de legislaciones en los Estados miembros podría dar lugar, en su caso, a una

³⁷ Expediente C/0587/14 Banco Popular/Citibank.

³⁸ Expediente M.5384 BNP Paribas/Fortis.

³⁹ COMP/M.9776 Worldline S.A /Ingenico Group S.A.; C/0488/12 CAIXABANK/BANCO DE VALENCIA.

⁴⁰ M.8553 SANTANDER/POPULAR.

⁴¹ Expedientes C0698/15 GACM/RACC SEGUROS; C/0659/15 BBVA/CX VIDA/CX SEGUROS GENERALES; C/0582/14 IBERCAJA/CAJA BADAJOZ VIDA; C/0568/14 MAPFRE/BANKIA/ASEVAL/LAIETANA VIDA/LAIETANA GENERALES; C/0100/08 REALE/CAIXA TERRASSA/TERRASSA PREVISIÓ; C/0356/11 MUTUA MADRILEÑA/LA CAIXA/VIDACAIXA ADESLAS.

⁴² IVM.759 SUN ALLIANCE/ROYAL INSURANCE; IV/M.862 AM/UAP; IV/M.5083 GrouPama/OTP Garantia; IV/M.2225, Fortis/ASR; IV/M.4713 Aviva/Hamilton; IV/M.6743 TALANX INTERNATIONAL/MEIJI YASUDA LIFE INSURANCE COMPANY/ HDI POLAND.

definición de mercado más amplia, se realizará el análisis de estos mercados considerando, en línea con los precedentes existentes, la dimensión **nacional** de los mercados de producción y distribución de seguros de vida.

- (79) Asimismo, las autoridades nacionales como comunitarias coinciden en considerar que el mercado geográfico de **gestión de planes y fondos de pensiones** es de dimensión **nacional**. La extinta CNC basó esta consideración en las diferentes estructuras de los mercados nacionales, la necesidad de adecuados canales de distribución, las limitaciones fiscales y, en suma, las diferentes normativas de cada país, a las que deben adaptarse las entidades extranjeras⁴³. Por tanto, será ésta la dimensión que se analizará en la presente operación.

VI. ANÁLISIS DEL MERCADO

VI.1 Estructura de la oferta

a) Servicios bancarios

- (80) Los servicios bancarios en España son prestados por bancos, cajas de ahorro y cooperativas de crédito. Cada una de estas instituciones tiene una naturaleza jurídica distinta, pero ofrecen los mismos servicios a los clientes finales.
- (81) En los últimos años, el sector bancario español ha experimentado un proceso de consolidación para compensar la caída en los ingresos por tipo de interés con estructuras más eficientes, reduciéndose el número de entidades. Así, en el año 2017, se produjeron dos concentraciones bancarias⁴⁴, en el año 2018 una⁴⁵ y en el año 2019 otra⁴⁶. Estas concentraciones bancarias, en el periodo 2017 y 2019, se reflejan en las cifras del índice de Herfindahl que construye el BCE y que pasaron, en el caso de España, de un HHI igual a 965 puntos en 2017 hasta un HHI de 1.110 puntos en 2019.
- (82) En el mercado de banca minorista, el BCE ha considerado, en los diversos informes emitidos en relación con operaciones de concentración de entidades financieras, que los depósitos y los préstamos son los productos más representativos de la competitividad de las entidades de crédito y ahorro, mientras que la emisión de tarjetas de crédito, el número de oficinas, cajeros u otros canales de distribución (móviles, internet), están directamente relacionados con lo anterior y son, por tanto, secundarios.

Banca minorista

i. Créditos

- (83) Según los datos de 2019 aportados por la notificante, a nivel nacional la cuota resultante de la operación ascendería al [20-30%] en términos de créditos. En este parámetro, la adición de la cuota de BANKIA es del [0-10%].

⁴³ C-0227/10 GRUPO BANCA CÍVICA y Expte. C-0251/10, BANCO SABADELL/BANCO GUIPUZCOANO.

⁴⁴ Expedientes C/0901/17 BANKIA/BMN; C/0873/17 BANCO SANTANDER/SANTANDER ELAVON MERCHANT SERVICES – SEMS.

⁴⁵ Expediente C0985/18 BANKINTER/EVO BANCO.

⁴⁶ Expediente 1013/19 ABANCA/BCG.

Mercado nacional de banca minorista - créditos (en millones de euros y porcentaje)						
Entidad	2019		2018		2017	
	Valor	Cuota	Valor	Cuota	Valor	Cuota
CAIXABANK	[CONF.]	[10-20%]	[CONF.]	[10-20%]	[CONF.]	[10-20%]
BANKIA	[CONF.]	[0-10%]	[CONF.]	[10-20%]	[CONF.]	[0-10%]
ENTIDAD RESULTANTE	[CONF.]	[20-30%]	[CONF.]	[20-30%]	[CONF.]	[20-30%]
SANTANDER	[CONF.]	[20-30%]	[CONF.]	[20-30%]	[CONF.]	[20-30%]
BBVA	[CONF.]	[10-20%]	[CONF.]	[10-20%]	[CONF.]	[10-20%]
SABADELL	[CONF.]	[0-10%]	[CONF.]	[0-10%]	[CONF.]	[0-10%]
BANKINTER	[CONF.]	[0-10%]	[CONF.]	[0-10%]	[CONF.]	[0-10%]
TOTAL	1.198.827	100,00%	1.150.227	100,00%	1.199.086	100,00%

FUENTE: datos propios de CAIXABANK, anuario estadístico AEB para competidores, y Banco de España para total de mercado. Los datos están en miles de euros. Santander incluye Santander Consumer Finance, Santander Securities Service, Banco Popular y Open Bank; Bankinter incluye EVO Banco. Respecto de BANKIA, para el año 2017, se han proporcionado los datos sin incluir BMN, que se integró en diciembre de 2017.

- (84) A nivel nacional, el cálculo del índice HHI (ver Anexo 1) indica potenciales problemas para la competencia de acuerdo con las Directrices de la Comisión Europea sobre la evaluación de las concentraciones horizontales⁴⁷, con un resultado de 1.685,1 en créditos con un delta ligeramente superior a 300.
- (85) A nivel provincial, según datos de 2019 aportados por la notificante, la cuota resultante de la operación superará el 30% de cuota del mercado de crédito, con una adición superior al 10% por parte de BANKIA, en las siguientes provincias⁴⁸:

⁴⁷ Dichas directrices consideran que deben evaluarse casos en los que los niveles de HHI y de variaciones del HHI (deltas) que resultan antes y después de la concentración son: i) HHI entre 1.000 y 2.000 y un delta superior a 250 o ii) HHI superior a 2.000 y un delta superior a 150.

⁴⁸ El análisis de HHI a nivel provincial construido a partir de las cuotas en créditos no ha resultado adecuado para medir el grado de concentración bancaria a nivel provincial por tener limitaciones en su medición y la falta de homogeneidad en la medición de esta variable entre las entidades. Además, las cuotas de créditos recogidas a nivel provincial están lejos del total de créditos que hay en el mercado por lo que limita la eficacia del uso del HHI para evaluar la competencia.

Cuota de mercado provincial de créditos		
Provincia	Entidad	Créditos
		2019
Segovia	BANKIA	[40-50%]
	CAIXANBAK	[0-10%]
	COMBINADA	[40-50%]
Ávila	BANKIA	[30-40%]
	CAIXABANK	[0-10%]
	COMBINADA	[40-50%]
Baleares	BANKIA	[10-20%]
	CAIXABANK	[20-30%]
	COMBINADA	[40-50%]
La Rioja	BANKIA	[20-30%]
	CAIXABANK	[10-20%]
	COMBINADA	[30-40%]
Ceuta	BANKIA	[20-30%]
	CAIXABANK	[0-10%]
	COMBINADA	[30-40%]
Las Palmas	BANKIA	[10-20%]
	CAIXABANK	[10-20%]
	COMBINADA	[30-40%]
Granada	BANKIA	[20-30%]
	CAIXABANK	[10-20%]
	COMBINADA	[30-40%]
Valencia	BANKIA	[10-20%]
	CAIXABANK	[10-20%]
	COMBINADA	[30-40%]
Murcia	BANKIA	[20-30%]
	CAIXABANK	[10-20%]
	COMBINADA	[30-40%]
Castellón	BANKIA	[10-20%]
	CAIXABANK	[10-20%]
	COMBINADA	[30-40%]

- (86) Con respecto a **crédito a PYMES**, como subsegmento del mercado de créditos, las partes indican que no disponen de los datos provinciales, y que no existen datos que desglosen los créditos a empresas distinguiendo entre PYMEs y grandes empresas. Por tanto, las partes aportan datos relativos al mercado nacional de créditos a empresas, donde alcanzan una cuota

conjunta, en el año 2019, del [20-30%] (con una adición de BANKIA del [0-10%]).

- (87) Adicionalmente, las notificantes han aportado unas estimaciones de sus cuotas a nivel provincial en el mercado de crédito a PYMES⁴⁹, superándose una cuota del 30%, con una adición BANKIA superior al 10% en:

Provincia	Entidad	Estimación cuota de mercado
Segovia	BANKIA	[20-30%]
	CAIXABANK	[0-10%]
	Combinada	[30-40%]
Ávila	BANKIA	[20-30%]
	CAIXABANK	[10-20%]
	Combinada	[30-40%]
Valencia	BANKIA	[10-20%]
	CAIXABANK	[20-30%]
	Combinada	[30-40%]
Murcia	BANKIA	[10-20%]
	CAIXABANK	[10-20%]
	Combinada	[30-40%]

- (88) Con respecto al crédito hipotecario, como subsegmento del mercado de crédito general, las partes aportan las cuotas nacionales y provinciales en el mercado de crédito de hipotecas⁵⁰, siendo la cuota de mercado conjunta a nivel nacional, en 2019, del [20-30%].

⁴⁹ Según la notificante, para realizar esta estimación, se han seguido los siguientes pasos:

- a) Para obtener los datos de las Partes, se han obtenido los datos de cada entidad de número de clientes empresas con una facturación por debajo de los 100 millones de euros.
- b) Para obtener la estimación de total de mercado:
 - i. Primero, se ha obtenido el total de empresas con facturación inferior a los 100 millones de euros en cada provincia. Dicha información se obtiene de forma primaria de la base de datos SABI, si bien la unidad de inteligencia de mercado de CAIXABANK ha completado estas cifras con empresas clientes que conocen que no constan en esta base de datos.
 - ii. Segundo, se ha multiplicado el número de empresas por el número medio de bancos con los que trabaja cada empresa, para obtener el total de pares empresa-banco.

Esta cifra sería el "total de mercado" sobre el que se podría estimar la cuota de mercado de las partes.

Por poner un ejemplo, estimando que existen 27.684 PYMEs en la provincia de Barcelona, y que cada PYME trabaja de media 2,88 bancos, se estima que en la provincia de Barcelona existen 79.730 relaciones o pares PYME-banco.

- c) La estimación de cuota de mercado se obtiene dividiendo los datos obtenidos en el paso a entre la estimación de pares empresa-banco en paso b.

⁵⁰ [CONF.]

Tabla RFI 1-1: Cuotas de mercado - Mercado nacional de hipotecas						
	Volumen (2019)	Cuota (2019)	Volumen (2018)	Cuota (2018)	Volumen (2017)	Cuota (2017)
CAIXABANK	[CONF.]	[10-20%]	[CONF.]	[10-20%]	[CONF.]	[10-20%]
BANKIA	[CONF.]	[10-20%]	[CONF.]	[10-20%]	[CONF.]	[10-20%]
Combinado	[CONF.]	[20-30%]	[CONF.]	[20-30%]	[CONF.]	[30-40%]
Total de mercado	510.868	100,00%	514.667	100,0%	521.867	100,0%

Fuente: Partes y Banco de España (créditos con finalidad vivienda). Datos en millones de euros. Los datos de BANKIA para 2017 incluyen BMN.

- (89) A nivel provincial, la cuota resultante de la operación superará el 30% de cuota, con una adición superior al 10% en las siguientes provincias:

Cuota provincial en créditos a hipotecas 2019		
Provincia	Entidad	Cuota
Ceuta	BANKIA	[30-40%]
	CAIXABANK	[0-10%]
	TOTAL	[40-50%]
Segovia	BANKIA	[20-30%]
	CAIXABANK	[10-20%]
	TOTAL	[30-40%]

- (90) Adicionalmente, las partes han aportado las cuotas de mercado provinciales de créditos al "sector OSR"⁵¹. Dicha cuota supera el 30%, con una adición BANKIA superior al 10%, en:

Cuota provincial en créditos al sector OSR (2019)		
Provincia	Entidad	Cuota
Segovia	BANKIA	[30-40%]
	CAIXABANK	[0-10%]
	TOTAL	[40-50%]
Ávila	BANKIA	[20-30%]
	CAIXABANK	[0-10%]
	TOTAL	[30-40%]
Baleares	BANKIA	[10-20%]

⁵¹ El sector OSR (otros sectores residentes) se compone de todo el sector privado excluyendo entidades financieras e incluyendo familias y empresas.

	CAIXABANK	[20-30%]
	TOTAL	[30-40%]
Murcia	BANKIA	[20-30%]
	CAIXABANK	[10-20%]
	TOTAL	[30-40%]
Valencia	BANKIA	[10-20%]
	CAIXABANK	[10-20%]
	TOTAL	[30-40%]
Las Palmas	BANKIA	[10-20%]
	CAIXABANK	[10-20%]
	TOTAL	[30-40%]
Ceuta	BANKIA	[20-30%]
	CAIXABANK	[0-10%]
	TOTAL	[30-40%]
Granada	BANKIA	[10-20%]
	CAIXABANK	[10-20%]
	TOTAL	[30-40%]

(91) Por último, los datos aportados por el Banco de España en relación con la cuota de mercado en créditos, considerada por tipo de crédito, permite observar cuotas relevantes de la entidad resultante en los créditos destinados a construcción y promoción inmobiliaria en las siguientes Comunidades Autónomas:

CCAA	Entidad	Cuota de mercado
Baleares	BANKIA	[10-20%]
	CAIXABANK	[30-40%]
	Combinada	[40-50%]
Valencia	BANKIA	[10-20%]
	CAIXABANK	[20-30%]
	Combinada	[40-50%]
Madrid	BANKIA	[10-20%]
	CAIXABANK	[20-30%]
	Combinada	[30-40%]

ii. Depósitos

- (92) Según los datos de 2019 aportados por la notificante, a nivel nacional la cuota resultante de la operación ascendería al [20-30%] en términos de depósitos. En este parámetro, la adición de la cuota de BANKIA es del [10-20%].

Mercado nacional de banca minorista - depósitos (en millones de euros y porcentaje)						
Entidad	2019		2018		2017	
	Valor	Cuota	Valor	Cuota	Valor	Cuota
CAIXABANK	[CONF.]	[10-20%]	[CONF.]	[10-20%]	[CONF.]	[10-20%]
BANKIA	[CONF.]	[10-20%]	[CONF.]	[10-20%]	[CONF.]	[0-10%]
ENTIDAD RESULTANTE	[CONF.]	[20-30%]	[CONF.]	[20-30%]	[CONF.]	[20-30%]
SANTANDER	[CONF.]	[20-30%]	[CONF.]	[20-30%]	[CONF.]	[20-30%]
BBVA	[CONF.]	[10-20%]	[CONF.]	[10-20%]	[CONF.]	[10-20%]
SABADELL	[CONF.]	[0-10%]	[CONF.]	[0-10%]	[CONF.]	[0-10%]
BANKINTER	[CONF.]	[0-10%]	[CONF.]	[0-10%]	[CONF.]	[0-10%]
TOTAL	1.240.074	100,00%	1.203.245	100,00%	1.193.835	100,00%

FUENTE: datos propios de CAIXABANK, anuario estadístico AEB para competidores, y Banco de España para total de mercado. Los datos están en millones de euros. Santander incluye Santander Consumer Finance, Santander Securities Service, Banco Popular y Open Bank; Bankinter incluye EVO Banco. Respecto de BANKIA, para el año 2017, se han proporcionado los datos sin incluir BMN, que se integró en diciembre de 2017.

- (93) El cálculo del índice HHI en términos de depósitos a nivel nacional (Anexo I) indica potenciales problemas en la competencia después de la concentración con un valor del 1.599,7, y un delta por encima de 300.
- (94) A nivel provincial, la cuota resultante de la operación superará el 30% del mercado minorista de depósitos, con una adición superior al 10% por parte de BANKIA, en las siguientes provincias:

Cuota de mercado provincial de depósitos		
Provincia	Entidad	Depósitos
		2019
Segovia	BANKIA	[50-60%]
	CAIXABANK	[0-10%]
	COMBINADA	[50-60%]
Ávila	BANKIA	[50-60%]
	CAIXABANK	[0-10%]
	COMBINADA	[50-60%]
Baleares	BANKIA	[10-20%]
	CAIXABANK	[20-30%]
	COMBINADA	[40-50%]

Valencia	BANKIA	[20-30%]
	CAIXABANK	[10-20%]
	COMBINADA	[40-50%]
Granada	BANKIA	[20-30%]
	CAIXABANK	[10-20%]
	COMBINADA	[40-50%]
Ceuta	BANKIA	[20-30%]
	CAIXABANK	[10-20%]
	COMBINADA	[30-40%]
Castellón	BANKIA	[20-30%]
	CAIXABANK	[10-20%]
	COMBINADA	[30-40%]
Las Palmas	BANKIA	[20-30%]
	CAIXABANK	[10-20%]
	COMBINADA	[30-40%]
Murcia	BANKIA	[20-30%]
	CAIXABANK	[10-20%]
	COMBINADA	[30-40%]
La Rioja	BANKIA	[20-30%]
	CAIXABANK	[0-10%]
	COMBINADA	[30-40%]

- (95) Adicionalmente, se ha realizado un análisis por HHI y CR5⁵² en el mercado de depósitos a nivel provincial (ver Anexo I). Tras el análisis, se concluye que el mercado bancario estaba ya muy concentrado antes de la fusión analizada, y que con la operación se refuerza dicha concentración, especialmente en una serie de provincias donde el resultado de los índices HHI es elevado⁵³ y, además, en algunas de ellas la cuota combinada de las partes es superior al 50% en Segovia y Ávila, y superior al 40% en Valencia, Granada y Baleares.
- (96) En todo caso, habida cuenta del elevado grado de concentración provincial se ha llevado a cabo un análisis a nivel de Código Postal (CCPP) en la medida en que las sucursales pueden resultar un proxy adecuado de los efectos sobre la actividad de depósitos y créditos en las zonas locales más afectadas por la concentración. Por tanto, los índices provinciales observados deben contrastarse con el resultado obtenido del análisis a nivel de CCPP para

⁵² El índice CR5 refleja la suma de las cuotas que representan las cinco primeras entidades.

⁵³ En el rango inferior de HHI entre 1.000 y 2.000, encontramos 6 provincias que presentan problemas de competencia por tener un delta superior a 250 (Castellón, Murcia, La Rioja, Madrid, Jaén y Ciudad Real). En el rango superior, con un HHI superior a 2000, hay 12 provincias con un delta superior a 150 (Ávila, Baleares, Barcelona, Ceuta, Ciudad Real, Gerona, Granada, Guadalajara, Las Palmas, Segovia, Sevilla y Tenerife).

apreciar la eventual afectación a la estructura de competencia en estos mercados como consecuencia de la operación.

iii. Sucursales

- (97) Según los datos de 2019 aportados por la notificante, a nivel nacional la cuota resultante de la operación ascendería al [20-30%] en términos de sucursales. En este parámetro, la adición de la cuota de BANKIA es del [0-10%].

Mercado nacional de banca minorista - sucursales (en número y porcentaje)						
Entidad	2019		2018		2017	
	Número	Cuota	Número	Cuota	Número	Cuota
CAIXABANK	[CONF.]	[10-20%]	[CONF.]	[10-20%]	[CONF.]	[10-20%]
BANKIA	[CONF.]	[0-10%]	[CONF.]	[0-10%]	[CONF.]	[0-10%]
ENTIDAD RESULTANTE	[CONF.]	[20-30%]	[CONF.]	[20-30%]	[CONF.]	[20-30%]
SANTANDER	[CONF.]	[10-20%]	[CONF.]	[10-20%]	[CONF.]	[10-20%]
BBVA	[CONF.]	[10-20%]	[CONF.]	[10-20%]	[CONF.]	[10-20%]
SABADELL	[CONF.]	[0-10%]	[CONF.]	[0-10%]	[CONF.]	[0-10%]
UNICAJA	[CONF.]	[0-10%]	[CONF.]	[0-10%]	[CONF.]	[0-10%]
CAJAMAR	[CONF.]	[0-10%]	[CONF.]	[0-10%]	[CONF.]	[0-10%]
TOTAL	24.170	100,00%	26.079	100,00%	27.325	100,00%

FUENTE: CAIXABANK, BANKIA y EDIBAN.

- (98) A nivel nacional, el análisis de índices HHI por sucursales (ver Anexo I) indica potenciales problemas de competencia de acuerdo con las Directrices de la Comisión Europea, pues el índice en términos de depósitos se sitúa en 1.211,5 con un delta por encima de 300.
- (99) A nivel provincial, la cuota resultante de la operación superará el 30% del mercado minorista de sucursales, con una adición superior al 10% por parte de BANKIA, en las siguientes provincias:

Cuota de mercado provincial en sucursales		
Provincia	Entidad	Sucursales
		2019
Segovia	BANKIA	[30-40%]
	CAIXABANK	[10-20%]
	COMBINADA	[50-60%]
Ceuta	BANKIA	[20-30%]
	CAIXABANK	[20-30%]
	COMBINADA	[40-50%]
Ávila	BANKIA	[30-40%]
	CAIXABANK	[10-20%]
	COMBINADA	[40-50%]
Baleares	BANKIA	[20-30%]
	CAIXABANK	[20-30%]
	COMBINADA	[40-50%]
Las Palmas	BANKIA	[20-30%]
	CAIXABANK	[10-20%]
	COMBINADA	[40-50%]
Granada	BANKIA	[20-30%]
	CAIXABANK	[10-20%]
	COMBINADA	[40-50%]
Madrid	BANKIA	[20-30%]
	CAIXABANK	[10-20%]
	COMBINADA	[30-40%]
Valencia	BANKIA	[20-30%]
	CAIXABANK	[10-20%]
	COMBINADA	[30-40%]
Murcia	BANKIA	[20-30%]
	CAIXABANK	[10-20%]
	COMBINADA	[30-40%]
Castellón	BANKIA	[10-20%]
	CAIXABANK	[10-20%]
	COMBINADA	[30-40%]

- (100) Igualmente, se ha realizado un análisis del índice HHI para ver la concentración de banca minorista en España por sucursales, a nivel provincial (ver Anexo I). El HHI en 2019, antes de la fusión, ya refleja posibles problemas en la competencia para todas las provincias. Con la fusión, los resultados reflejan un total de 18 provincias que superan umbrales HHI y deltas que requieren análisis, según las directrices que muestran niveles elevados de concentración⁵⁴.
- (101) Asimismo, a la vista del elevado grado de concentración provincial, se ha realizado un análisis detallado de la cuota en número de sucursales a nivel local por código postal (CCPP de ahora en adelante), en aquellos en los que se producirá solapamiento de sucursales entre ambas entidades⁵⁵.
- (102) A partir de los 1017 CCPP donde se produce un solapamiento de las partes, se ha hecho una evaluación de la concentración en el mercado usando el índice HHI de sucursales por entidad. Se concluye que, al menos, 817 CCPP presentan potenciales problemas de competencia después de la concentración. De ellos, en 577 CCPP se supera un HHI de 2000 y un delta de 150 y 240 CCPP presentan un HHI superior a 1000 y un delta superior a 250.
- (103) Si además se considera la cuota conjunta de CAIXABANK y BANKIA en cada uno de esos CCPP, así como el número de competidores presentes en ellos, se observa que de los 215 CCPP en los que la cuota conjunta de sucursales de CAIXABANK y BANKIA es superior o igual al 50%, **en 86 CCPP se observa que queda solo 1 competidor o ninguno.**

Banca corporativa

i. Servicios de banca corporativa

- (104) La notificante señala que no existen datos que desglosen los créditos y depósitos a empresas distinguiendo entre PYMEs y grandes empresas, por lo que las cuotas de mercado que aportan para los segmentos de créditos y depósitos de banca corporativa incorporan datos de PYMEs. La cuota de mercado conjunta en depósitos a empresas en 2019 será, según las notificantes, del [20-30%], con una adición de BANKIA inferior al [0-10%]. Por su parte, la cuota de mercado de crédito a empresas de la entidad resultante a 2019 era del [20-30%], siendo la adición del [0-10%].

⁵⁴ En el rango inferior de HHI entre 1000 y 2000, encontramos dos provincias que presentan problemas de competencia por tener un delta superior a 250. Estas provincias son: Alicante y Valencia. En el rango superior, con un HHI superior a 2000, encontramos 16 provincias con un delta superior a 150. Estas provincias son Ávila, Baleares, Barcelona, Cantabria, Castellón, Ceuta, Gerona, Granada, Las Palmas, Guadalajara, Jaén, La Rioja, Madrid, Murcia, Segovia y Tenerife.

⁵⁵ La Autoridad de Competencia Británica (CMA), en su investigación sobre el mercado de banca minorista (*Retail banking market investigation*), ha señalado que la existencia de una amplia red de sucursales, a nivel local, es esencial para ser un competidor viable, indicando que la localización de dichas entidades es relevante tanto para PYMES como para personas físicas a la hora de cambiar de cuenta. https://assets.publishing.service.gov.uk/media/545aa20bed915d13800001a/Decision-MIR-Final_14.pdf

Cuotas de mercado – Depósitos de empresas						
Empresa	Depósitos (2019)	Cuota (2019)	Depósitos (2018)	Cuota (2018)	Depósitos (2017)	Cuota (2017)
CAIXABANK	[CONF.]	[10-20%]	[CONF.]	[10-20%]	[CONF.]	[10-20%]
BANKIA	[CONF.]	[0-10%]	[CONF.]	[0-10%]	[CONF.]	[0-10%]
Combinado	[CONF.]	[20-30%]	[CONF.]	[20-30%]	[CONF.]	[20-30%]
Total	258.267	100%	248.265	100%	240.811	100%

Fuente: Partes y Banco de España. Datos en millones de euros. Los datos de BANKIA para 2017 incluyen BMN.

Cuotas de mercado – Créditos a empresas						
Empresa	Préstamos (2019)	Cuota (2019)	Préstamos (2018)	Cuota (2018)	Préstamo (2017)	Cuota (2017)
CAIXABANK	[CONF.]	[10-20%]	[CONF.]	[10-20%]	[CONF.]	[10-20%]
BANKIA	[CONF.]	[0-10%]	[CONF.]	[0-10%]	[CONF.]	[0-10%]
Combinado	[CONF.]	[20-30%]	[CONF.]	[20-30%]	[CONF.]	[20-30%]
Total	435.083	100%	445.511	100%	476.646	100%

Fuente: Partes y Banco de España. Datos en millones de euros. Los datos de BANKIA para 2017 incluyen BMN.

ii. Leasing

- (105) La cuota conjunta de la entidad resultante en el mercado de leasing (nueva inversión), a 2019, era del [10-20%], con una adición de BANKIA del [0-10%].

Cuotas de mercado – Leasing						
Empresa	Nueva inversión (2019)	Cuota (2019)	Nueva inversión (2018)	Cuota (2018)	Nueva inversión (2017)	Cuota (2017)
CAIXABANK	[CONF.]	[10-20%]	[CONF.]	[10-20%]	[CONF.]	[10-20%]
BANKIA	[CONF.]	[0-10%]	[CONF.]	[0-10%]		
Combinado	[CONF.]	[10-20%]	[CONF.]	[10-20%]		
Total	21.771,185	100%	20.459,960	100%	19.215,268	100%

Fuente: CAIXABANK, BANKIA, Asociación Española de Leasing. Los datos de nuevas inversión están indicadas en euros.

- (106) En el mercado de leasing, la entidad sería la líder del sector, pero con competidores que ejercerían presión competitiva significativa con cuotas muy cercanas como BANCO SANTANDER (cuota del [10-20%]), BBVA (con una cuota del [10-20%]) o SABADELL (con cuota del [0-10%])⁵⁶.

Factoring

⁵⁶ Fuente: cuotas aportadas por los competidores.

- (107) Adicionalmente, la notificante aporta los siguientes datos en relación a la cuota conjunta nacional en el mercado de Factoring, que será del [20-30%] en 2019, con una adición de BANKIA inferior al [0-5%] (0-5%%).

Cuotas de mercado - Factoring						
Empresa	Cesiones (2019)	Cuota (2019)	Cesiones (2018)	Cuota (2018)	Cesiones (2017)	Cuota (2017)
CAIXABANK	[CONF.]	[10-20%]	[CONF.]	[10-20%]	[CONF.]	[10-20%]
BANKIA	[CONF.]	[0-10%]	[CONF.]	[0-10%]		
Combinado	[CONF.]	[20-30%]	[CONF.]	[20-30%]		
Total	185.559	100%	166.391	100%	145.741	100%

Fuente: Asociación Española de Factoring. Las cesiones están indicadas en millones de euros.

- (108) En el mercado de factoring, la entidad no sería líder del sector, dado que habría entidades como SANTANDER (cuota cercana al [20-30%]) y BBVA (con una cuota del [20-30%]) con cuotas superiores, así como otros competidores con menores cuotas que la resultante pero que también ejercerían presión competitiva como SABADELL [0-10%].⁵⁷

Banca de inversión

- (109) En el mercado de la banca de inversión, la cuota conjunta asciende al [10-20%] en términos de patrimonio gestionado en 2019 (la cuota adquirida es del [0-10%]).

Cuota de mercado – Banca privada						
Grupo	Patrimonio 2019	Patrimonio 2018	Patrimonio 2017	Cuota 2019	Cuota 2018	Cuota 2017
CAIXABANK	[CONF.]	[CONF.]	[CONF.]	[10-20%]	[10-20%]	[10-20%]
BANKIA	[CONF.]	[CONF.]	[CONF.]	[0-10%]	[0-10%]	[0-10%]
Combinada	[CONF.]	[CONF.]	[CONF.]	[10-20%]	[10-20%]	[10-20%]
Santander	[CONF.]	[CONF.]	[CONF.]	[20-30%]	[20-30%]	[20-30%]
BBVA	[CONF.]	[CONF.]	[CONF.]	[10-20%]	[10-20%]	[10-20%]
Bankinter	[CONF.]	[CONF.]	[CONF.]	[0-10%]	[0-10%]	[0-10%]
Sabadell	[CONF.]	[CONF.]	[CONF.]	[0-10%]	[0-10%]	[0-10%]
Total	531.120	476.608	461.997	100,00%	100,00%	100,00%

Fuente: Banco de España (total de mercado); páginas webs de las entidades. Los datos de BANKIA en 2017 incluyen BMN.

⁵⁷ Fuente: cuotas aportadas por los propios competidores.

b) Tarjetas, TPVs y cajeros

- (110) La notificante ha aportado datos de los tres subsegmentos que identificaba como integrantes de un posible mercado de medios de pago.
- (111) Con respecto a las **tarjetas**, las cuotas conjuntas en 2019 fueron del [20-30%] en emisión de tarjetas de crédito (adición de BANKIA del [0-10%]) y del [30-40%] en emisión de tarjetas de débito (adición de BANKIA del [10-20%]). Los principales competidores en estos segmentos son SANTANDER (cuota del [0-10%] en tarjetas de crédito y del [10-20%] en tarjetas de débito), BBVA (cuotas del [10-20%] en crédito y del [10-20%] en débito) y SABADELL (con una cuota del [0-10%]⁵⁸).

Cuotas de mercado - Emisión de tarjetas de crédito						
Empresa	Tarjetas (2019)	Cuota (2019)	Tarjetas (2018)	Cuota (2018)	Tarjetas (2017)	Cuota (2017)
CAIXABANK (interno)	[CONF.]	[10-20%]	[CONF.]	[10-20%]	[CONF.]	[10-20%]
CAIXABANK (STMP) ⁵⁹	[CONF.]	[10-20%]	[CONF.]	[10-20%]	[CONF.]	[10-20%]
BANKIA	[CONF.]	[0-10%]	[CONF.]	[0-10%]	[CONF.]	[0-10%]
Combinado	[CONF.]	[20-30%]	[CONF.]	[20-30%]	[CONF.]	[20-30%]
Total Mercado	37.252.011	100,00%	36.640.282	100,00%	34.381.220	100,00%

Fuente: CAIXABANK, BANKIA y STMP. Para el año 2017, se han proporcionado los datos sin incluir BMN, que se integró en diciembre de 2017.

Cuotas de mercado - Emisión de tarjetas de débito						
Empresa	Tarjetas (2019)	Cuota (2019)	Tarjetas	Cuota (2018)	Tarjetas (2017)	Cuota (2017)
CAIXABANK (interno)	[CONF.]	[10-20%]	[CONF.]	[10-20%]	[CONF.]	[10-20%]
CAIXABANK (STMP)	[CONF.]	[10-20%]	[CONF.]	[10-20%]	[CONF.]	[10-20%]
BANKIA	[CONF.]	[10-20%]	[CONF.]	[10-20%]	[CONF.]	[10-20%]
Combinado	[CONF.]	[30-40%]	[CONF.]	[30-40%]	[CONF.]	[20-30%]
Total Mercado	48.354.983	100,00%	47.083.597	100,00%	44.899.813	100,00%

Fuente: CAIXABANK, BANKIA y STMP. Para el año 2017, se han proporcionado los datos sin incluir BMN, que se integró en diciembre de 2017.

⁵⁸ [CONF.]

⁵⁹ Las diferencias entre los datos internos de CAIXABANK y de STMP se deben a [CONF.]. CAIXABANK considera que el dato más preciso es el interno.

- (112) Por su parte, la cuota conjunta a nivel nacional fue del [30-40%] en **TPVs**⁶⁰ (adición de BANKIA del [0-10%]).

Cuotas de mercado - TPVs						
Empresa	TPVs (2019)	Cuota (2019)	TPVs (2018)	Cuota (2018)	TPVs (2017)	Cuota (2017)
CAIXABANK ⁶¹	[CONF.]	[20-30%]	[CONF.]	[20-30%]	[CONF.]	[20-30%]
BANKIA	[CONF.]	[0-10%]	[CONF.]	[0-10%]	[CONF.]	[0-10%]
Combinado	[CONF.]	[30-40%]	[CONF.]	[30-40%]	[CONF.]	[20-30%]
Total Mercado	1.940.654	100,00%	1.815.256	100,00%	1.741.108	100,00%

Fuente: Datos de BANKIA. Para el año 2017, se ha proporcionado los datos sin incluir BMN, que se integró en diciembre de 2017. Los datos de TPVs indican unidades de terminales. STMP no proporciona datos de competidores.

- (113) Los principales competidores de las partes en este mercado son SABADELL, con una cuota del [10-20%], BBVA, con una cuota del [10-20%] y SANTANDER, con una cuota del [10-20%]⁶².
- (114) En cuanto a la cuota de mercado nacional en **cajeros automáticos**, fue del [20-30%] (con una adición de BANKIA del [10-20%]).

Cuota de mercado - Cajeros automáticos						
Grupo	Unidades 2019	Cuota 2019	Unidades 2018	Cuota 2018	Unidades 2017	Cuota 2017
CAIXABANK	[CONF.]	[10-20%]	[CONF.]	[10-20%]	[CONF.]	[10-20%]
BANKIA	[CONF.]	[10-20%]	[CONF.]	[10-20%]	[CONF.]	[10-20%]
Combinada	[CONF.]	[20-30%]	[CONF.]	[20-30%]	[CONF.]	[20-30%]
Santander	[CONF.]	[10-20%]	[CONF.]	[10-20%]	[CONF.]	[0-10%]
BBVA	[CONF.]	[10-20%]	[CONF.]	[10-20%]	[CONF.]	[10-20%]
Sabadell	[CONF.]	[0-10%]	[CONF.]	[0-10%]	[CONF.]	[0-10%]
Total	50.501	100%	50.363	100%	50.839	100%

Fuente: Banco de España (total de mercado); páginas webs de las entidades. Los datos de BANKIA en 2017 incluyen BMN.

- (115) Adicionalmente, dado el liderazgo de la entidad resultante en el mercado nacional de cajeros, se ha llevado a cabo un análisis a nivel provincial del segmento de cajeros, donde la cuota resultante será superior al 30%, con una adición de BANKIA de más del 10%, en las siguientes provincias:

⁶⁰ Los datos de TPVs indican unidades de terminales.

⁶¹ Los TPVs de CAIXABANK son operados por una *joint venture*, Comercia Global Payments, con Global Payments. Una vez ejecutada la reciente desinversión de CAIXABANK en el capital de Comercia Global Payments, CAIXABANK contará con un 20% de participación en la *joint venture*, que seguirá bajo control conjunto de CAIXABANK y Global Payments.

⁶² [CONF.].

Provincia	Entidad	Estimación cuota de mercado
Ceuta	BANKIA	[20-30%]
	CAIXABANK	[10-20%]
	Combinada	[30-40%]
Valencia	BANKIA	[20-30%]
	CAIXABANK	[10-20%]
	Combinada	[30-40%]
Madrid	BANKIA	[20-30%]
	CAIXABANK	[10-20%]
	Combinada	[30-40%]
Granada	BANKIA	[20-30%]
	CAIXABANK	[10-20%]
	Combinada	[30-40%]
Balears	BANKIA	[10-20%]
	CAIXABANK	[10-20%]
	Combinada	[30-40%]

c) Seguros y fondos y planes de pensiones

i. Mercado de producción de seguros de vida

- (116) En el mercado de producción de seguros de vida, la entidad resultante sería líder del sector, con una cuota del [30-40%], que sería del [20-30%] en productos vida – riesgo⁶³ y del [30-40%] en vida - ahorro – jubilación⁶⁴, si bien en todos los casos con adiciones de BANKIA inferiores al [0-5%].

⁶³ Seguros de vida en su modalidad de fallecimiento (seguros de vida-riesgo).

⁶⁴ Seguros de vida en su modalidad de supervivencia (seguros de vida-ahorro-jubilación).

Cuotas de mercado - Producción de seguros de vida						
Empresa	Primas brutas (2019)	Cuota (2019)	Primas brutas (2018)	Cuota (2018)	Primas brutas (2017)	Cuota (2017)
CAIXABANK	[CONF.]	[30-40%]	[CONF.]	[20-30%]	[CONF.]	[30-40%]
BANKIA ⁶⁵	[CONF.]	[0-10%]	[CONF.]	[0-10%]	[CONF.]	[0-10%]
Entidad resultante	[CONF.]	[30-40%]	[CONF.]	[30-40%]	[CONF.]	[30-40%]
Bansabadell Vida	[CONF.]	[0-10%]	[CONF.]	[0-10%]	[CONF.]	[0-10%]
Mapfre Vida	[CONF.]	[0-10%]	[CONF.]	[0-10%]	[CONF.]	[0-10%]
Santander Seguros	[CONF.]	[0-10%]	[CONF.]	[0-10%]	[CONF.]	[0-10%]
Total Mercado	27.523	100,00%	28.995	100,00%	29.407	100,00%

Fuente: ICEA y las Partes. Los datos están en millones de euros. En relación con los datos de BANKIA, solo se incluyen los datos de BANKIA Mapfre Vida (no incluye CMV ni CGV) y la fuente es el comité de negocio Mapfre.

- (118) En el marco de la producción de seguros de vida, desglosados por clientes individuales y colectivos, la cuota resultante será superior al 30% en la producción de seguros de vida (clientes colectivos) con una cuota del [40-50%] (adición de BANKIA del [0-5%]), en la producción de seguros de vida (productos vida-riesgo) (clientes colectivos) del [30-40%] (adición de BANKIA del [0-5%]), en la producción de seguros de vida (ahorro e inversión) (clientes individuales) del [30-40%] (adición de BANKIA del [0-5%]) y, por último, en la producción de seguros de vida (ahorro e inversión) (clientes colectivos) del [50-60%] (adición de BANKIA del [0-5%]).

Producción de seguros de vida (excl. pensiones) (clientes colectivos)						
	2019		2018		2017	
	Primas brutas MM€	%	Primas brutas MM€	%	Primas brutas MM€	%
CAIXABANK	[CONF.]	[40-50%]	[CONF.]	[30-40%]	[CONF.]	[30-40%]
BANKIA	[CONF.]	[0-10%]	[CONF.]	[0-10%]	[CONF.]	[0-10%]
Entidad resultante	[CONF.]	[40-50%]	[CONF.]	[40-50%]	[CONF.]	[30-40%]
Mapfre Vida	[CONF.]	[10-20%]	[CONF.]	[10-20%]	[CONF.]	[10-20%]
Generali Seguros	[CONF.]	[0-10%]	[CONF.]	[0-10%]	[CONF.]	[0-10%]
Axa Aurora Vida	[CONF.]	[0-10%]	[CONF.]	[0-10%]	[CONF.]	[0-10%]
BBVA Seguros	[CONF.]	[0-10%]	[CONF.]	[0-10%]	[CONF.]	[0-10%]
Total Mercado	3.895	100,00%	3.003	100,00%	2.779	100,00%

Fuente: ICEA

⁶⁵ Las cuotas de BANKIA, en el mercado de seguros, parten de considerar que la valoración más prudente para el análisis de la presente Operación es el de asignar a la entidad resultante la totalidad cuota de mercado de las JVs Bankia-Mapfre, asignándose ésta a BANKIA.

Producción de seguros de vida (productos vida-riesgo) (clientes colectivos)						
	2019		2018		2017	
	Primas brutas MM€	%	Primas brutas MM€	%	Primas brutas MM€	%
CAIXABANK	[CONF.]	[30-40%]	[CONF.]	[20-30%]	[CONF.]	[20-30%]
BANKIA	[CONF.]	[0-10%]	[CONF.]	[0-10%]	[CONF.]	[0-10%]
Entidad resultante	[CONF.]	[30-40%]	[CONF.]	[30-40%]	[CONF.]	[20-30%]
Mapfre Vida	[CONF.]	[0-10%]	[CONF.]	[10-20%]	[CONF.]	[10-20%]
Generali Seguros	[CONF.]	[0-10%]	[CONF.]	[0-10%]	[CONF.]	[0-10%]
Axa Aurora Vida	[CONF.]	[0-10%]	[CONF.]	[0-10%]	[CONF.]	[0-10%]
Total Mercado	1.066	100,00%	1.008	100,00%	950	100,00%

Fuente: ICEA

Producción de seguros de vida (ahorro e inversión) (clientes individuales)						
	2019		2018		2017	
	Primas brutas MM€	%	Primas brutas MM€	%	Primas brutas MM€	%
CAIXABANK	[CONF.]	[30-40%]	[CONF.]	[20-30%]	[CONF.]	[30-40%]
BANKIA	[CONF.]	[0-10%]	[CONF.]	[0-10%]	[CONF.]	[0-10%]
Entidad resultante	[CONF.]	[30-40%]	[CONF.]	[20-30%]	[CONF.]	[30-40%]
Santander Seguros	[CONF.]	[0-10%]	[CONF.]	[0-10%]	[CONF.]	[0-10%]
Bansabadell Vida	[CONF.]	[0-10%]	[CONF.]	[0-10%]	[CONF.]	[10-20%]
Ibercaja Vida	[CONF.]	[0-10%]	[CONF.]	[0-10%]	[CONF.]	[0-10%]
Mapfre Vida	[CONF.]	[0-10%]	[CONF.]	[0-10%]	[CONF.]	[0-10%]
Total Mercado	19.830	100,00%	22.279	100,00%	23.372	100,00%

Fuente: ICEA

Producción de seguros de vida (ahorro e inversión) (clientes colectivos)						
	2019		2018		2017	
	Primas brutas MM€	%	Primas brutas MM€	%	Primas brutas MM€	%
CAIXABANK	[CONF.]	[40-50%]	[CONF.]	[30-40%]	[CONF.]	[30-40%]
BANKIA	[CONF.]	[0-10%]	[CONF.]	[10-20%]	[CONF.]	[0-10%]
Entidad resultante	[CONF.]	[50-60%]	[CONF.]	[40-50%]	[CONF.]	[30-40%]
Mapfre Vida	[CONF.]	[20-30%]	[CONF.]	[10-20%]	[CONF.]	[10-20%]
Generali Seguros	[CONF.]	[0-10%]	[CONF.]	[0-10%]	[CONF.]	[0-10%]
Santander Seguros	[CONF.]	[0-10%]	[CONF.]	[0-10%]	[CONF.]	[0-10%]
BBVA Seguros	[CONF.]	[0-10%]	[CONF.]	[0-10%]	[CONF.]	[0-10%]
Total Mercado	2.829	100,00%	1.995	100,00%	1.829	100,00%

Fuente: ICEA

ii. Mercado de distribución de seguros de vida

- (119) En el mercado de distribución de seguros de vida, la entidad resultante superaría ligeramente el 30% con una cuota del [30-40%] (con una adición de BANKIA del [0-5%]).
- (120) Adicionalmente, las partes han aportado datos de los productos de seguros con vinculación, es decir, de los productos de seguros que forman parte de un paquete con otro producto o servicio financiero considerado principal. Así, el porcentaje de clientes con este tipo de productos es el siguiente:

	CAIXABANK		BANKIA	
	% clientes (general)	% clientes (combinado)	% clientes (general)	% clientes (combinado)
Seguro vida-riesgo	[10-20%]	[10-20%]	[0-10%]	[0-10%]
Seguro vida-ahorro	[10-20%]	0%	[0-5%]	0%
Seguro no vida	[20-30%]	[0-5%]	0%	0%
Distribución vida-riesgo	0%	0%	[0-5%]	0%
Distribución vida-ahorro	[0-5%]	0%	[0-5%]	0%
Distribución no vida	0%	0%	[10-20%]	[0-5%]

iii. Mercado de gestión de planes y fondos de pensiones

- (121) Dentro del mercado de gestión de planes y fondos de pensiones, según datos aportados por la notificante de 2019, la entidad resultante superaría el 30% con una cuota del [30-40%], siendo líder del sector (con una adición de BANKIA del [0-10%]).

Cuotas de mercado - Provisión de fondos de pensiones (nacional)						
Empresa	Activos bajo gestión (2019)	Activos bajo gestión (2018)	Activos bajo gestión (2017)	Cuota (2019)	Cuota (2018)	Cuota (2017)
CAIXABANK	[CONF.]	[CONF.]	[CONF.]	[20-30%]	[20-30%]	[20-30%]
BANKIA	[CONF.]	[CONF.]	[CONF.]	[0-10%]	[0-10%]	[0-10%]
Entidad resultante	[CONF.]	[CONF.]	[CONF.]	[30-40%]	[30-40%]	[20-30%]
BBVA	[CONF.]	[CONF.]	[CONF.]	[10-20%]	[20-30%]	[20-30%]
Santander	[CONF.]	[CONF.]	[CONF.]	[0-10%]	[0-10%]	[0-10%]
Ibercaja	[CONF.]	[CONF.]	[CONF.]	[0-10%]	[0-10%]	[0-10%]
Mapfre	[CONF.]	[CONF.]	[CONF.]	[0-10%]	[0-10%]	[0-10%]
Total	116.418.554	107.032.705	111.076.850	100,0%	100,0%	100,0%

Fuente: INVERCO

VI.2 Estructura de la demanda, canales de distribución, precios.

- (122) La demanda de los servicios de banca minorista está muy atomizada, por estar integrada principalmente por personas físicas y pequeñas y medianas empresas. Este perfil de demanda implica un elevado número de clientes que suponen individualmente un volumen de negocio relativamente pequeño, en comparación con otras actividades de los sectores bancario y financiero⁶⁶.
- (123) Según la notificante, la competencia entre los diferentes operadores se basa en la capacidad de estos operadores de transmitir seguridad y confianza a los clientes, pero también en la capacidad de ofrecer servicios personalizados y a condiciones ventajosas, que se ajusten a las necesidades de cada grupo de clientes y que maximicen la rentabilidad. Desde este punto de vista, el éxito comercial de una empresa en el sector bancario pasa, en primer lugar, por el lanzamiento de nuevos productos y la modificación de las condiciones de los productos y servicios existentes que permitan optimizar la rentabilidad del cliente. En segundo lugar, pasa por sus formas y modalidades de relación con el cliente (a través de los diferentes canales descritos anteriormente), con especial énfasis hoy en día en la tecnología que ha desarrollado la entidad para ello.
- (124) En el área de banca minorista, tanto CAIXABANK como BANKIA, distribuyen sus productos a través de una amplia red multicanal formada en ambos casos por i) red de sucursales bancarias, ii) red de agentes financieros; (iii) banca por internet, iv) banca móvil, v) banca telefónica y vi) red de cajeros automáticos.
- (125) En los últimos tiempos los avances tecnológicos han permitido un importante desarrollo en la prestación de servicios de banca minorista a través de canales distintos al tradicional (la oficina bancaria). En particular, cabe citar

⁶⁶ Todo ello sin perjuicio de que la banca minorista suponga un porcentaje muy relevante de la actividad total del sector bancario, siendo el principal segmento del mismo.

el autoservicio (los cajeros automáticos han incrementado sensiblemente las operaciones que pueden gestionar), la banca telefónica, y — señaladamente— la banca online y móvil, hasta el punto de que algunos operadores ya actúan principalmente, o casi en exclusiva, a través de canales no tradicionales.

- (126) La política de precios en el sector bancario, según la notificante, se realiza a nivel nacional si bien en función de las decisiones del cliente (en particular, en lo relativo a la vinculación de productos) se obtienen los precios finales de manera individualizada para cada cliente de los productos contratados y de su rentabilidad global.
- (127) Adicionalmente, se ha realizado por esta Dirección de Competencia un análisis comparativo de los precios de los diferentes productos bancarios del catálogo de las notificantes, del que se concluye que las condiciones de precios para las distintas categorías de productos (cuentas para particulares, PYMES y autónomos, tarjetas para particulares o personas jurídicas, depósitos a la vista, entre otros) son similares, no existiendo una disparidad relevante entre ambas entidades en su catálogo de productos y las condiciones de los mismos salvo en determinados productos o servicios muy concretos, como se verá más adelante.
- (128) La demanda de seguros está muy fragmentada y proviene, por un lado, de los particulares y, por otro, de las empresas y clientes institucionales que desean cubrir riesgos, bien sean de carácter obligatorio o voluntario.
- (129) Los principales canales de distribución utilizados en este sector son los directos, propiedad de la compañía aseguradora, como las oficinas de la propia entidad, el canal telefónico o Internet y los indirectos, que emplean intermediarios para la comercialización de sus productos, como agentes o corredores independientes, bancos y cajas.
- (130) En el sector asegurador resulta muy difícil determinar el precio medio para cada uno de los diferentes productos que se ofrecen, ya que éste depende de factores tales como el tipo de cobertura, el riesgo a cubrir y los servicios de valor añadido incluidos.
- (131) Del mismo modo, la Dirección de Competencia ha llevado a cabo un análisis comparativo de los precios de los diferentes productos del catálogo de las notificantes en el marco del mercado de seguros, del que se concluye que los precios en el catálogo de productos comparables de ambas entidades son similares, teniendo CAIXABANK una mayor oferta y variedad.
- (132) En el ramo de vida, los mecanismos de determinación de los precios giran en torno a parámetros establecidos en la normativa de ordenación de la actividad aseguradora, como las tablas de mortalidad y supervivencia, tipos de interés técnico y de las inversiones, gastos de gestión internos y externos, etc., tomando en consideración variables distintas según se trata de modalidades de vida riesgo o de vida ahorro. Por tanto, la fijación de las primas o precios no depende, en gran medida, de la compañía aseguradora, sino que viene determinada por los citados parámetros.

VI.3 Barreras a la entrada, competencia potencial

- (133) La liberalización del sistema financiero español resultado de la armonización europea, ha tenido como consecuencia la eliminación de gran parte de las barreras a la entrada en el sector bancario, teniendo los operadores fácil acceso a la tecnología y a la información necesaria. Actualmente, no existen barreras tecnológicas o legales a la entrada más allá de las derivadas de los requisitos legales para la prestación de actividades bancarias, recogidos en el Capítulo II de la Ley 10/2014, de 26 de junio, de ordenación, supervisión y solvencia de entidades de crédito y en su desarrollo reglamentario, y en el Real Decreto 84/2015, que la desarrolla⁶⁷.
- (134) El establecimiento de la red de distribución de productos bancarios tampoco constituye una barrera importante de entrada al mercado de la banca minorista. Los avances tecnológicos y el uso generalizado de internet han permitido que se presten servicios de banca minorista a través de las tradicionales oficinas bancarias, pero también empleando canales alternativos como cajeros automáticos que han incrementado el número de operaciones que pueden gestionar, la banca telefónica, la banca móvil o la banca on-line, entre otros.
- (135) En los últimos años han entrado nuevos operadores que operan única o fundamentalmente en el canal de internet, como ING Direct, OpenBank o EVO. Asimismo, para los nuevos operadores existe la posibilidad de concluir acuerdos de colaboración con entidades que disponen de redes de distribución propias, incluso ajenas al mercado bancario.
- (136) Entre estos nuevos operadores, cabe mencionar entidades cuya única actividad es la de poseer una red de cajeros que ponen a disposición de los usuarios de todas las entidades bancarias, así como de las propias entidades bancarias a través de acuerdos donde se establecen comisiones más ventajosas. Actualmente, en España operan dos entidades de este tipo, Cardtronics Spain, con cerca de 1.000 cajeros automáticos en toda España⁶⁸, y Euronet Worldwide, que cuenta en con una red con más de 3.000 cajeros en territorio nacional⁶⁹.
- (137) En cuanto a la disposición de efectivo, existe una alternativa a la clásica operativa a través del cajero automático o del servicio de caja en la oficina bancaria. Este servicio, de reciente implantación en España, es el denominado *cashback*. ING fue pionero en ofrecer este servicio en España, a través de su aplicación Twyp, compatible con cualquier banco, que permite la retirada gratuita de efectivo en ciertos supermercados y gasolineras al realizar una compra, sin importe mínimo⁷⁰. CAIXABANK también ofrece un servicio de *cashback*, para sacar dinero en efectivo al realizar una compra en

⁶⁷ C/1013/19 ABANCA/BCG; C/0901/17 BANKIA/BMN.

⁶⁸ <http://www.cardtronics.es/es/about/about-cardtronics.html>

⁶⁹ <https://www.euronetatms.es/cajeros-automaticos-para-la-comunidad/>

⁷⁰ Twyp además ofrece una tarjeta virtual, pago a través de móvil, transferencias instantáneas y descuentos en comercios.

- ciertos comercios⁷¹. Por su parte, BNP ha presentado un neobanco, Nickel, que permite sacar con comisión dinero en estancos y loterías.
- (138) En el mismo sentido, ha comenzado a operar recientemente en España Viafintech, compañía digital especializada en la prestación de servicios de retirada e ingreso de dinero en efectivo a través de redes no bancarias, tales como supermercados o gasolineras. Viafintech ofrece una solución tecnológica que cada entidad puede integrar dentro de su propia aplicación móvil, y cuenta con 3.000 puntos de venta en España a través de estas alianzas.
- (139) Por otro lado, Banco Santander y Correos firmaron recientemente un acuerdo para ofrecer servicios de retirada e ingreso de efectivo en todos los puntos de atención al ciudadano de Correos y llevar dinero a cualquier domicilio de España a través de sus carteros. Se podrá hacer a través de la app con el DNI y la tarjeta del Santander.
- (140) Por otro lado, no existen barreras específicas vinculadas al cambio de clientes entre entidades minoristas dado que el marco normativo actual facilita dicho cambio en lo relativo, entre otros productos, a cuentas corrientes, fondos de inversión, planes de pensiones e hipotecas. Es decir, que los clientes pueden escoger su proveedor financiero en cualquier momento, sin más limitaciones que las establecidas por el marco legal actual.
- (141) Asimismo, tal y como recoge el informe del BCE, en los últimos años competidores de base tecnológica están accediendo al mercado de servicios bancarios, como Fintechs y las Bigtechs (grandes compañías tecnológicas), y podrían llegar a tener la consideración de competencia potencial, si bien dichas entidades todavía no ejercen una presión competitiva real sobre los mercados de banca minorista analizados.
- (142) Respecto de las Fintechs, según asociaciones bancarias, se ha observado un papel creciente de las mismas en el sector financiero, aunque debe tenerse en cuenta que, de cara a competir con las entidades financieras, *“se enfrentan a barreras no triviales para su escalabilidad, entre ellas, un coste de capital relativamente elevado y la falta de reputación y el reconocimiento de marca para construir una sólida base de clientes”*⁷². Diversas entidades financieras han señalado que *“en los últimos años, están surgiendo compañías Fintech con un enfoque mucho más colaborativo con la banca”*⁷³ y consideran que *“las Fintech tienden a concentrarse en nichos de mercados específicos, en los que pueden competir o colaborar con los proveedores de banca tradicional, que en muchos casos han formado alianzas y realizando inversiones en estas compañías”*⁷⁴.

⁷¹ Con este servicio, se puede retirar entre 20€ y 150€ por operación con una comisión de 1€ por operación, y un máximo de 3 operaciones al mes por tarjeta y retirar un máximo de 1.000 € al año.

⁷² [CONF.]

⁷³ [CONF.]

⁷⁴ [CONF.]

- (143) Por ello, de las respuestas obtenidas en los test de mercado, no podría concluirse que las Fintech jueguen, en la actualidad, un papel determinante frente a las entidades financieras tradicionales, pese a su proliferación en los últimos años. Más bien, como señala una de las asociaciones del sector, las Fintech *“son complementarias al sector financiero; gracias a ellas, se llevan a término proyectos con una fuerte colaboración entre bancos y Fintechs”*⁷⁵, lo que apoya una de las asociaciones de banca al señalar que *“algunas de estas empresas están focalizando su actividad en ofrecer soluciones a las entidades de crédito ya establecidas”*⁷⁶, y de cara al futuro si prevén que *“el uso de las entidades financieras 100% digitales (Fintechs o banca tradicional) se hará común y extensivo”*⁷⁷.
- (144) Respecto de las Bigtech, la notificante señalaba que el sector financiero se encuentra sometido a la presión de numerosos operadores tecnológicos nuevos (Bigtech), que rápidamente han alcanzado millones de usuarios. Adicionalmente, las respuestas a los test de mercado realizados y el informe económico de KPMG aportado por la notificante señalaban los riesgos y posibles efectos disruptivos que las grandes plataformas tecnológicas podrían llegar a tener en el sector financiero.
- (145) Si bien la notificante reconoce que la presencia de las Bigtech en el sector financiero es todavía incipiente, centrada sobre todo en los servicios de pago, insiste en la capacidad de las Bigtech de usar las economías de red presentes en su plataforma, que contribuyen a que la entrada de estos actores sea rentable.
- (146) Respecto de otras entidades financieras, uno de los principales competidores ha señalado que la presencia de Bigtech ha fomentado la innovación tecnológica de las entidades financieras y que una de las tendencias más destacadas de la banca en los últimos años ha sido la colaboración con Bigtechs para complementar propuestas de valor, lanzar nuevos servicios o expandirse a nuevos mercados. No obstante, advierte de que, dadas sus ventajas estructurales (asimetría de datos, poder de mercado, etc.), existe la posibilidad de que estos nuevos competidores supongan una competencia real para las entidades financieras tradicionales en los próximos años. Por su parte, otros competidores de la notificante han señalado que el vector de entrada de las Bigtech son los medios de pago, pero alertan de que puede darse un impacto significativo sobre la competencia real de la banca tradicional, y de que *“las grandes plataformas digitales suponen actualmente competencia real para las entidades financieras ya establecidas en el mercado, ofreciendo productos y servicios en competencia directa y/o productos conexos o complementarios”*⁷⁸.
- (147) Adicionalmente, la Asociación Española de Banca (AEB) ha señalado también en esta línea que, si bien hasta el momento la incursión de las Bigtech en servicios financieros ha sido limitada, centrándose más en sectores menos regulados, a partir de la directiva PSD2 se ve cómo van

⁷⁵ [CONF.]

⁷⁶ [CONF.]

⁷⁷ [CONF.]

⁷⁸ [CONF.]

- incorporándose a otros servicios, destacando que su previsión es que entren en algunos tales como pago minorista, préstamos a Pymes, etc., dejando fuera de su ámbito de acción segmentos como los de préstamos hipotecarios, banca de inversión o banca corporativa. Además, la AEB observa a medio plazo riesgos de menor elección para el consumidor, servicios de calidad o seguridad inferiores, así como el riesgo de debilitar los incentivos para la inversión y la innovación de las empresas financieras europeas, al no ser capaces de competir con estas plataformas.
- (148) Sin embargo, las Bigtech o plataformas tecnológicas, en respuesta a los test de mercado realizados, han señalado que o bien son proveedores de las entidades financieras y no compiten con ellas, o bien su presencia es aún muy reducida, con actividad sólo en el segmento de medios de pago. Entre ellas, una de las principales entidades Bigtech ha señalado que *“se limitan a ofrecer funcionalidades adicionales (add-on features) en los servicios sociales de la entidad, pese a que éstas sean servicios de dinero electrónico y de pago”*⁷⁹, mientras que otra indica que no tiene presencia en España en servicios financieros o bancarios (ni en el sector seguros), teniendo únicamente servicios de pago a través de su plataforma de servicios. También el BdE ha señalado que, según la información de que dispone, *“las bigtech que están operando en España son fundamentalmente entidades de dinero electrónico y una entidad de pago, autorizadas en países de la Unión Europea y que realizan su actividad en España en régimen de libre prestación de servicios”*.
- (149) En definitiva, parece que tanto las notificantes, como los competidores, asociaciones como la AEB o las propias Bigtech, reconocen que, de momento, la presencia de éstas no es una realidad en todos los mercados financieros, ni por lo tanto suponen actualmente una amenaza competencial real para las entidades financieras en particular en banca minorista en España.
- (150) En cuanto al sector de los seguros, en España está sometido a la observancia de ciertas formalidades que afectan a la entrada de nuevos operadores, aunque ninguna de ellas constituye una barrera significativa o insalvable de acceso al mercado.
- (151) En relación con las barreras de entrada, cabe indicar que el acceso a la actividad aseguradora está sometido a un proceso de autorización por parte del Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital, que se tramita en la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones, y de los organismos competentes de aquellas Comunidades Autónomas que han asumido competencias en esta materia, con relación a entidades que realizan su actividad en exclusiva en el territorio de una determinada Comunidad Autónoma.
- (152) Más allá de estos condicionamientos regulatorios, los operadores deben contar con una capacidad financiera suficiente y una red de distribución adecuada.

⁷⁹ [CONF.]

- (153) La necesidad de contar con capacidad financiera suficiente deriva de los propios requisitos para obtener la autorización administrativa y poder desarrollar la actividad aseguradora. En todo caso, los márgenes de solvencia y fondos de garantía exigidos por la normativa de aplicación no parecen constituir una barrera infranqueable para una entidad de crédito o inversor de tamaño medio que quisiera desarrollar su actividad en el sector asegurador.
- (154) En relación con la necesidad de contar con una red de distribución, las nuevas formas de distribución a distancia, vía telefónica o a través de Internet y especialmente la conclusión de acuerdos entre entidades financieras y mediadores de seguros que, a la postre, son los principales canales de comercialización de los seguros, permiten relativizar el alcance de esta barrera de entrada. De hecho, la práctica totalidad de entidades de crédito disponen de entidades propias o en asociación con aseguradoras que están orientadas a la comercialización de seguros, en el denominado régimen de banca-seguros.

VI.4 Eficiencias

- (155) El Informe económico elaborado por KPMG⁸⁰ y presentado por CAIXABANK para exponer las eficiencias de la operación se propone analizar la fiabilidad de la existencia de tales eficiencias, su especificidad en relación con la operación y en qué medida se trasladarán a los consumidores. No obstante, dicho informe parte de la premisa de que la operación no genera efectos negativos sobre la competencia que deban ser compensados y, por tanto, no considera imprescindible demostrar la traslación de éstas.
- (156) En cuanto a la existencia de eficiencias, el Informe distingue entre las que denomina “sinergias con reflejo directo en la cuenta de resultados”, que se refieren al ahorro de costes y el incremento de ingresos, y las denominadas “sinergias sin reflejo directo en la cuenta de resultados”, que hacen referencia, por un lado, a la inclusión financiera en entornos rurales y urbanos menos poblados y, por otro lado, a las mejoras en ciertas dimensiones de la calidad del producto.
- (157) No se han apreciado motivos para dudar de las estimaciones que realizan respecto al ahorro en costes, que será de 770 millones de euros anuales a partir de 2023, y las sinergias de ingresos, que llegarán a 120 millones de euros el tercer año y hasta 213 millones a partir del quinto año tras la integración, puesto que el informe las justifica de forma precisa y detallada. Igualmente, de acuerdo con la información aportada sobre los planes de cierre de sucursales en ausencia de la concentración, cabe concluir que estas eficiencias se deben específicamente a la operación.
- (158) Sin embargo, no puede acogerse el argumento de que el mantenimiento de oficinas en zonas rurales sea una eficiencia específica de la operación, sino que se trata más bien de un compromiso adoptado por las partes en este sentido, que contribuiría en su caso a resolver una de las preocupaciones

⁸⁰ Se aportó por la notificante un primer informe con fecha 18 de diciembre de 2020, así como una serie de modificaciones del mismo, dando respuesta y completando cuestiones adicionales solicitadas por la Dirección de Competencia, con fechas 10 y 15 de febrero de 2021.

generadas por la concentración en aquellos entornos en los que únicamente tendrá presencia la entidad resultante.

- (159) En cuanto al traslado de eficiencias a los consumidores, la primera versión del informe no preveía ningún traslado de eficiencias a los consumidores en forma de menores precios, por lo que se solicitó a CAIXABANK que aportase un análisis en el que se explicase si la entidad resultante, gracias a las eficiencias en forma de ahorro en costes y sinergias de ingresos, podría no incrementar las comisiones, o al menos incrementarlas en menor medida de lo que tendrían que hacerlo CAIXABANK y BANKIA de no producirse la operación, teniendo en cuenta el contexto actual del sector, en el que los ingresos por comisiones tratan de compensar la falta de ingresos por intereses.
- (160) La nueva versión del Informe incluye este análisis explicando que, previsiblemente, la entidad resultante de la concentración incrementaría su rentabilidad hasta alcanzar un RoTE de [CONF.] por lo que analiza en qué medida tendrían que subir CAIXABANK y BANKIA sus comisiones, en ausencia de la operación, para alcanzar este mismo nivel de rentabilidad. Sus resultados muestran que BANKIA tendría que incrementar sus comisiones en un [CONF.] (puesto que su RoTE actual es del [CONF.]) y CAIXABANK las tendría que subir un [CONF.], para elevar su RoTE desde [CONF.] a [CONF.]. Esta segunda cifra es más representativa, puesto que el aumento de comisiones de BANKIA en ausencia de la concentración no es realista, y en cambio sí lo es el aumento de comisiones de CAIXABANK.
- (161) Ya con anterioridad a la operación de fusión analizada, las partes habían aplicado subidas de comisiones en determinados productos: por parte de CAIXABANK, se aplica desde octubre de 2020 una comisión de 240 euros a los clientes que no cumplan una serie de condiciones de vinculación. Por su parte, BANKIA, en febrero de 2020 incrementó sus comisiones de mantenimiento de cuenta a 196 euros (168 euros al año por el mantenimiento de la cuenta, más 28 euros de comisión anual por la tarjeta de débito).
- (162) En la misma línea, el Informe modificado prevé que en el año 2022, tras la fusión, los ingresos por comisiones se incrementen en un [CONF.], pero no se debería a un incremento en el porcentaje de las propias comisiones, sino que vendría explicado, exclusivamente, por las sinergias de ingresos expuestas, que permitirían extender a los clientes de BANKIA la venta de productos de ahorro a largo plazo y seguros de vida actualmente ofrecidos por CAIXABANK (es decir, habrá un incremento de ingresos por comisiones, pero no de comisiones en sí).
- (163) Este nuevo análisis aportado por la notificante permite sacar varias conclusiones: por un lado, [CONF.], por otro lado, los productos que incrementarán los ingresos por comisiones no incluyen las vinculadas a cuentas corrientes y tarjetas. Esto último coincide con la información aportada en contestación a los requerimientos de información, en la que afirmaba la notificante que pretenden mantener los programas de vinculación de forma que la gran mayoría de clientes que actualmente no pagan comisiones en BANKIA, también estén exentos en la nueva entidad.

- (164) En cambio, la traslación de las eficiencias más cualitativas, como la mejora en la calidad de los servicios digitales, es más ambigua y difícil tanto de estimar como de verificar. Es cierto que los clientes de BANKIA podrán acceder a ciertas herramientas digitales de las que actualmente dispone CAIXABANK, pero más allá de esto la dimensión del beneficio para los consumidores no resulta cuantificable ni verificable.
- (165) En cualquier caso, los posibles problemas derivados de la concentración en determinadas zonas (municipios o códigos postales) como se verá a continuación, identificados tras analizar las cuotas de mercado por producto, los índices HHI y los respectivos factores de adición, están geográficamente localizados mientras que las eficiencias reflejadas en el Informe se generarían a nivel corporativo y se aplicarían de manera transversal en todas las zonas donde la nueva entidad tuviera actividad. Por tanto, no es posible concluir que dichas eficiencias serían capaces de compensar por sí solas los problemas generados por la concentración en las localidades más afectadas.

(166) **VALORACIÓN DE LA OPERACIÓN SIN COMPROMISOS**

- (166) La operación propuesta consiste en la fusión por absorción de BANKIA (sociedad absorbida) por CAIXABANK (sociedad absorbente). La Operación constituye por tanto una fusión entre sociedades anteriormente independientes en el sentido del artículo 7.1.a) de la Ley 15/2007, de 3 de julio, y afecta a la totalidad de las empresas partícipes.
- (167) Los efectos de la operación se centran en el sector bancario y especialmente en el mercado de banca minorista, así como en el mercado de producción de seguros y en el mercado de gestión de fondos y planes de pensiones.
- (168) A excepción del mercado de banca minorista y sus diferentes segmentos y el mercado de cajeros automáticos, la operación supone un refuerzo marginal de la entidad resultante en el resto de mercados, existiendo fuertes competidores capaces de ejercer una presión competitiva suficiente a nivel nacional, en línea con las respuestas al test de mercado realizado, como se verá a continuación.

VII.I Mercados en los que concentración no supone una amenaza para la competencia efectiva

a) Mercado de banca corporativa

- (169) En cuanto a los efectos de la operación en los servicios bancarios y, en particular, en el mercado de banca corporativa, la entidad resultante alcanza, a nivel nacional, una cuota del [20-30%], con una adición del [0-10%] (BANKIA) en el mercado de depósitos a empresas. Por su parte, la cuota en el mercado de créditos a empresas de la entidad resultante será del [20-30%], con una adición del [0-10%] (BANKIA).
- (170) La reducida adición de BANKIA, así como el hecho de que la cuota en mercado de banca corporativa no supere el 25%, hacen que no se considere un mercado que presente riesgos como consecuencia a la fusión. Además, se observa la existencia de suficiente presión competitiva con la presencia de competidores relevantes como SANTANDER [20-30%] y BBVA [10-20%].

- (171) En lo que respecta a la cuota de leasing de la entidad, ésta será del [10-20%], con una adición de BANKIA del [0-10%], por lo que no se aprecian riesgos para la competencia en este mercado derivados de la operación, más teniendo en cuenta, en línea con los precedentes⁸¹, la presencia de competidores relevantes como SANTANDER, con un [20-30%]⁸², BBVA con un [10-20%] o SABADELL, en menor grado, con una cuota del [0-10%], que ejercerían una presión competitiva significativa sobre la entidad resultante.

b) Mercado de banca de inversión

- (172) La misma conclusión se alcanza en relación con los posibles efectos de la fusión en el mercado de banca de inversión, en el que la entidad resultante, con una cuota del [10-20%], no será el primer operador, posición que seguirá ocupando Banco SANTANDER [20-30%] y, en tercer lugar, muy próxima a la entidad resultante de la fusión, se sitúa BBVA ([10-20%], siendo un mercado con numerosos competidores, muchos de ellos grandes corporaciones financieras multinacionales. Por tanto, no se aprecian posibles riesgos para la dinámica competitiva del mercado derivados de la operación.

c) Mercado de factoring

- (173) Por lo que respecta a la actividad de factoring, siguiendo los precedentes⁸³, tampoco pueden apreciarse riesgos derivados de la fusión, dado que la cuota de mercado de la entidad resultante será del [20-30%], con una adición de menos de [0-5%] por parte de BANKIA, existiendo competidores importantes como BBVA, con una cuota del [20-30%], SANTANDER, con una cuota cercana al [20-30%] o SABADELL, con una cuota del [0-10%].

d) Tarjetas y TPVs

- (174) En los mercados de emisión de tarjetas de crédito, emisión de tarjetas de débito y TPVs, las cuotas resultantes a nivel nacional son del [20-30%], [30-40%] y [30-40%] respectivamente, dándose además unas adiciones limitadas, pues sólo en el caso de la emisión de tarjetas, donde la entidad refuerza de forma más notable la posición que ostentaba, se supera una adición del [10-20%] ([10-20%]). Sin embargo, las cuotas resultantes no reflejan valores preocupantes y, adicionalmente, en las respuestas al test de mercado, numerosas entidades han señalado la fuerte presencia de las Fintech en estos segmentos del mercado, entre otros motivos amparados en parte por la normativa PSD2 y por no requerir de ficha bancaria para poder ofrecer sus servicios. La propia notificante ha señalado que aquellos negocios en los que la presencia de las Fintech está más establecida son los pagos y las transferencias internacionales, donde éstas ejercen una presión competitiva relevante y estable, por lo que tampoco se considera que, en estos ámbitos, la fusión suponga una amenaza para el funcionamiento competitivo de los mismos.

e) Mercados de producción y distribución de seguros

⁸¹ IV/M.8553 BANCO SANTANDER/BANCO POPULAR GROUP.

⁸² Datos de inversión viva.

⁸³ IV/M.8553 BANCO SANTANDER/BANCO POPULAR GROUP.

- (175) En el mercado de producción de seguros de vida, la cuota de mercado de la entidad resultante será del [30-40%] y la adición que supone BANKIA no alcanza el [0-5%], ya que CAIXABANK ya disponía de una cuota del [30-40%]. En lo relativo a la distribución de seguros de vida, siendo la cuota de BANKIA del [0-5%], la entidad resultante alcanzará un [30-40%] de cuota de mercado.
- (176) Por segmentos, las cuotas alcanzadas por la entidad resultante en los segmentos de producción de seguros de vida (general), para clientes colectivos, con una cuota del [40-50%], así como en el subsegmento de producción de seguros de vida (ahorro e inversión), para clientes colectivos, con una cuota superior al 50%, son más elevadas, si bien, nuevamente, la adición más elevada sigue siendo marginal (en torno al [0-5%]), por lo que en dichos segmentos de mercado más estrechos la operación no produce modificación relevante alguna de la estructura competitiva.
- (177) El liderazgo de la entidad resultante en el mercado de seguros ha sido apuntado por algunas entidades competidoras en el sector seguros, señalando una de estas entidades que CAIXABANK ha fijado su atención en el negocio de seguros de vida colectivos. En este sentido, otra entidad ha apuntado que, al ser MAPFRE el segundo operador del mercado, la ruptura del acuerdo con BANKIA incrementa aún más la diferencia entre la primera entidad del mercado y su más inmediato competidor. Por ello, el análisis de la operación parte de un análisis prudente de las cuotas de mercado, asumiendo que BANKIA asume toda la cuota de la JV que mantiene con MAPFRE.
- (178) Pese a ello, la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones (DGSFP), en su valoración sobre la operación, señala, en línea con lo apuntado, que ésta no modifica la posición ya relevante que CAIXABANK tiene en el sector asegurador a través de sus entidades filiales, debido a que ya ocupaba la primera posición y a que hay una adición muy reducida de BANKIA. Asimismo, la DGSFP ha señalado que se trata de un mercado con un elevado nivel de concurrencia, relativamente concentrado y en el que existen entidades de diferentes tamaños, desde multinacionales con actividad que se extiende a todos los ramos de seguros, hasta entidades de dimensión reducida con especialización en ramos concretos, por lo que este incremento relativo del grado de concentración no parece preocupante de cara al análisis de la operación.
- (179) En efecto, tras los test de mercado realizados a entidades del sector seguros, se confirma lo señalado por la DGSFP, ya que hay diversas entidades con cuotas superiores a las de BANKIA dentro de este sector: Allianz, con cuotas del [0-10%] en seguros vida – riesgo y del [0-10%] en seguros vida – ahorro⁸⁴; Catalana Occidente, con cuotas del [0-10%] en seguros vida – riesgo y del [0-10%] en seguros vida – ahorro; Mutua Madrileña, con una cuota del [0-10%], que supone un [0-10%] a nivel vida – riesgo y del [0-10%] en seguros vida – ahorro⁸⁵; Zurich insurance, que tiene participación en una entidad controlada al 100% por ella (cuota del [0-10%] en seguros de vida) y una

⁸⁴ [CONF.]

⁸⁵ [CONF.]

participación del 50% en BANSABADELL vida (cuota del [0-10%] en seguros de vida). A ellos se suman MAPFRE vida y SANTANDER seguros, con cuotas por encima del 6%. Por otra parte, en el segmento de seguros de vida de colectividades en el que las partes alcanzan la cuota conjunta más alta (del [40-50%]), se observa una elevada volatilidad de cuotas, con variaciones anuales significativas en los últimos años⁸⁶.

- (180) Asimismo, de los test de mercado realizados, algunas entidades competidoras en el mercado de seguros planteaban el posible riesgo de que, debido a la fuerte presencia de la entidad resultante en el sector bancario, se reforzase su posición en los productos de seguros comercializados junto a un producto bancario principal. A raíz de los datos aportados por la notificante, dicho riesgo no parece de momento relevante, puesto que el porcentaje de clientes de CAIXABANK que tiene contratado un seguro de vida-riesgo⁸⁷ con la entidad es reducido si se calcula sobre el total de clientes de las entidades ([10-20%] en el caso de CAIXABANK y [0-10%] en el caso BANKIA). Es decir, los efectos de la vinculación sobre el total de clientes no parecen de momento tan acusados, dado que los porcentajes de vinculación son del [10-20%] en el caso de los clientes de CAIXABANK y del [0-10%] en el caso de BANKIA. No obstante, la propia CAIXABANK ha puesto de manifiesto su clara apuesta por el negocio asegurador y sí se aprecia una política de venta cruzada de estos productos⁸⁸, pues el porcentaje de clientes que tiene seguros contratados con la entidad y que los combina con un producto bancario principal⁸⁹ es elevado, en relación al total de clientes que tienen contratados seguros en ambas entidades⁹⁰. En caso de extenderse de manera efectiva dicha venta cruzada a toda la cartera de clientes procedentes de BANKIA, podría fortalecerse considerablemente la actual posición de CAIXABANK en este mercado, posición que, en caso de aproximarse a una situación de dominancia, necesariamente deberá estar sujeta a las limitaciones establecidas en el artículo 2 LDC.
- (181) Por último, los test de mercado también revelaron una preocupación derivada de la fuerte capacidad de innovación de CAIXABANK en el sector seguros y el riesgo de que, al llevarse a cabo la operación, se pudieran reducir los incentivos a innovar de la entidad resultante. En este aspecto, la notificante ha aportado datos acerca de la tendencia a mantener el carácter innovador de CAIXABANK en la nueva entidad, centrado tanto en la creación de nuevos productos, como en aspectos relativos a los procesos de distribución y relación con el cliente. En relación con los seguros de vida, las líneas de innovación que sigue la notificante se centran en [CONF.]⁹¹. Por otro lado, en lo relativo a los seguros de no vida, las líneas actuales de la notificante de

⁸⁶ Concretamente, se observa una variación de [CONF.] puntos porcentuales en CAIXABANK y [CONF.] puntos porcentuales en BANKIA entre 2018 y 2019.

⁸⁷ Se ha considerado esta tipología de seguro porque es la que presenta los índices de vinculación más altos.

⁸⁸ De acuerdo con la notificante, no existe vinculación en el caso de los seguros de vida a colectividades, segmento en el que la entidad resultante adquiere la cuota más elevada.

⁸⁹ Como préstamos hipotecarios, personales o de finalidad empresarial.

⁹⁰ Del [CONF.] en CAIXABANK, y del [CONF.] en BANKIA, en el segmento de seguros de vida; del [CONF.] en CAIXABANK en relación con los seguros de no vida.

⁹¹ [CONF.].

cara a la innovación de productos se centran en [CONF.]. Todo ello junto al desarrollo de nuevos productos en este ramo de seguros⁹². Es por ello que, a la vista de la información aportada por la notificante, no se derivan riesgos relacionados con el descenso de la innovación como consecuencia de la operación.

- (182) Por todo ello, no se considera que la fusión pueda plantear riesgos para el funcionamiento competitivo de los mercados de producción y distribución de seguros.

f) Mercado de planes y fondos de pensiones

- (183) En el mercado de planes y fondos de pensiones la cuota resultante a nivel nacional asciende, según los datos de la notificante, al [30-40%], con una adición inferior al [0-10%], existiendo en el mercado otros operadores con una cuota importante, como BBVA, con un [20-30%] y varias entidades financieras con presencia significativa en esta actividad.
- (184) La DGSFP señala que Vidacaixa (entidad gestora de fondos de pensiones propiedad de CAIXABANK) ocupa la primera posición en el ranking por patrimonio gestionado, posición que ha crecido en los últimos cuatro años, si bien estima que ha alcanzado una cuota de mercado del [20-30%], situándola por debajo de la cuota aportada por las notificantes. La incorporación de la gestora de BANKIA, que actualmente está en la cuarta posición, consolidará esta situación, llegando a abarcar más de un tercio del mercado en términos de patrimonio gestionado y ocupando una posición más relevante en determinadas provincias. No obstante, la cuota resultante no es particularmente elevada y refleja, fundamentalmente, una situación previa a la operación de concentración que no produce, por tanto, cambios significativos en la estructura competitiva existente, por lo que no se identifican riesgos en este mercado derivados de la operación.
- (185) En definitiva, y en relación con todos los mercados analizados anteriormente, dado que o bien las cuotas que se observan no son preocupantes o bien la adición de BANKIA es reducida y existe presión competitiva suficiente en todos ellos, no se considera que existan riesgos para la competencia derivados de la operación en ninguno de estos mercados.

VII.2 Mercados en los que la operación supone riesgos para la competencia en ausencia de compromisos

a) Mercado de banca minorista

- (186) En el mercado de banca minorista, la operación supondrá una modificación sustancial de la estructura del mercado, donde la entidad resultante se posicionará como líder nacional en todos los segmentos analizados en este mercado por delante del banco SANTANDER y del BBVA. La operación supone la fusión del tercer y el cuarto banco nacionales, por volumen de activos previos a la fusión, generando adiciones en todos los segmentos analizados.

⁹² [CONF.].

- (187) A nivel nacional, las cuotas de mercado resultantes de la operación no alcanzan niveles excesivamente elevados, la adición de BANKIA no es muy elevada y existe un buen número de competidores importantes. Así, en términos de depósitos, la entidad resultante alcanzará una cuota de mercado a nivel nacional del [20-30%] con una adición de BANKIA del [10-20%]; en términos de créditos la cuota será del [20-30%] con una adición de BANKIA del [0-10%], mientras que en lo que respecta a la cuota de sucursales llegará al [20-30%], siendo aquí la adición de BANKIA del [0-10%].
- (188) A nivel provincial, la entidad resultante reforzará su posición en algunas provincias en las que tenía una presencia limitada y la cuota resultante, como se verá, es elevada en algunas de ellas; en la medida en que CAIXABANK asuma, fundamentalmente, la posición previa que ya ostentaba BANKIA en algunas de esas provincias y/o exista presión competitiva relevante por parte de otros competidores, no se considera que la fusión pueda generar riesgos para la competencia en este ámbito. Por el contrario, se han analizado en detalle las cuotas post fusión en las provincias donde se obtienen cuotas y adiciones elevadas, llevándose a cabo adicionalmente un análisis de dimensión local al nivel de Código Postal.
- (189) A nivel provincial, en el caso de los **depósitos**, partiendo de las provincias donde se alcanzan índices HHI preocupantes tras la operación, la cuota conjunta supera el 50% en Segovia (cuota del [50-60%], con adición de BANKIA del [50-60%]) y Ávila (cuota del [50-60%], con adición de BANKIA del [50-60%]). Sin embargo, estas cuotas, siendo elevadas, reflejan la asunción por parte de CAIXABANK de la posición que ostentaba BANKIA en dichas provincias, al ser la aportación de CAIXABANK en ambas provincias inferior al [0-10%] (al [0-10%] según datos del BdE), dado que BANKIA ya era la primera operadora en la captación de depósitos en dichas provincias antes de la operación, teniendo por sí sola una cuota superior a los 4 principales competidores de las notificantes. Esta circunstancia se ha analizado ya en precedentes previos⁹³, en los que no se han identificado riesgos para la competencia derivados de tal situación.
- (190) En el caso de los **créditos**, a nivel provincial se alcanzan cuotas de mercado, de acuerdo con los notificantes, superiores al 40% en Segovia (cuota del [40-50%], con adición BANKIA del [40-50%]), Ávila (cuota del [40-50%], con adición BANKIA del [30-40%]) y Baleares (cuota del [40-50%]), con adición BANKIA del [10-20%]) que, de nuevo, no suponen un cambio significativo en la estructura competitiva del mercado, ya que la adición de CAIXABANK en ambas provincias es inferior al [0-10%] (al [0-10%] según datos del BdE⁹⁴) y BANKIA ya era la primera operadora en la concesión de créditos en dichas provincias antes de la operación, teniendo por sí sola una cuota cercana o superior a la de los 4 principales competidores de las notificantes. En todo caso, en los tres supuestos, incluso donde la adición es más alta (Baleares, con una cuota combinada muy similar a la cuota conjunta de los cuatro principales competidores, del [40-50%] según el BdE), las cuotas resultantes

⁹³ Ver por todos: C/0455/12 IBERCAJA BANCO/LIBERBANK/BANCO GRUPO CAJATRES, C/1013/19 ABANCA / BCG.

⁹⁴ Según datos del BdE, la cuota resultante es inferior al [30-40%] en Ávila y Baleares,

son compatibles con la existencia de competidores que puedan ejercer presión competitiva en este segmento (SANTANDER, con cuotas del [10-20%] en Ávila, del [10-20%] en Segovia y del [10-20%] en Baleares; BBVA, con cuotas del [0-10%] en Ávila, del [10-20%] en Baleares y del [10-20%] en Segovia), lo que minimizaría los riesgos en el único supuesto (Baleares) en que la operación genera, a nivel provincial, una modificación más reseñable de la estructura competitiva existente con anterioridad a la operación.

- (191) En el resto de los subsegmentos del mercado de créditos (crédito a PYMES, crédito hipotecario, crédito OSR y crédito a la construcción y a la producción inmobiliaria), donde existen solapamientos horizontales, no se aprecian cuotas preocupantes ni cambios estructurales relevantes.
- (192) Por último, como se indicaba anteriormente, en términos de **sucursales** a nivel provincial, partiendo del análisis de HHI realizado, se han identificado una serie de provincias con cuotas superiores al 40%, y con adiciones de BANKIA que podrían suponer un claro refuerzo de la posición ya relevante de CAIXABANK; es el caso de Ceuta, con una cuota resultante del [40-50%] y adición del [20-30%]; Baleares, con una cuota resultante del [40-50%] con adición del [20-30%]; Las Palmas, con una cuota resultante del [40-50%] con adición del [20-30%]; o Granada, con una cuota resultante del [40-50%], con adición del [20-30%].
- (193) A nivel local, para conocer el efecto concreto en municipios, se ha realizado un análisis de los índices HHIs en los 1.017 CCPP en los que se produce solapamiento de las partes, y se observa que 817 de dichos CCPP presentan índices elevados de concentración, identificados siguiendo las Directrices de la Comisión Europea sobre la evaluación de las concentraciones horizontales⁹⁵.
- (194) No obstante, de acuerdo con las Directrices, el análisis debe tomar en consideración el actual contexto en los mercados financieros, ya que el análisis de HHIs no es un reflejo completo de las condiciones competitivas en el mercado bancario lo que justifica un análisis de dichos índices en conjunción con otros factores. Es por ello que se ha realizado un análisis de esos códigos postales teniendo en cuenta la cuota conjunta de CAIXABANK y BANKIA en cada uno de ellos, así como el número de competidores presentes. Tras este análisis se observa que en 215 CCPP la cuota conjunta de sucursales de CAIXABANK y BANKIA es superior o igual al 50% y que, de esos 215 CCPP, en 86 CCPP quedará solo 1 competidor o ninguno como resultado de la fusión.
- (195) Es decir, tras cruzar el análisis de HHIs, las cuotas de mercado conjuntas de las partes y el número de competidores **resultan 86 CCPP en los que se observa un posible riesgo para la competencia**, pues la entidad resultante quedará, bien en una situación de monopolio (la nueva entidad será la única entidad bancaria presente en 28 CCPP al pasarse de dos competidores a uno) o en situación de duopolio (la nueva entidad quedaría sólo con un competidor adicional en 58 CCPP). Dicha nula o reducida presión competitiva

⁹⁵ Dichas directrices consideran que deben evaluarse casos en los que los niveles de HHI y de variaciones del HHI (deltas) que resultan antes y después de la concentración son: i) HHI entre 1.000 y 2.000 y un delta superior a 250 o ii) HHI superior a 2.000 y un delta superior a 150.

- otorgará a la entidad resultante un elevado poder de mercado que podría influir en su comportamiento en estos CCPP, con posibles efectos adversos para los consumidores ubicados en dichos CCPP, en la medida en que no habrá competidores que puedan disciplinar su comportamiento.
- (196) Es relevante, además, señalar que varios de estos CCPP identificados se encuentran, efectivamente, en las provincias de Segovia, Ávila y Baleares, que son las provincias que presentaban unas cuotas más altas como resultado de la concentración.
- (197) Con el objetivo de analizar en profundidad cada uno de los CCPP identificados y evaluar los riesgos reales en cada uno de ellos, se solicitó a las notificantes la realización de un análisis por isócronas de 1,5 km para cada uno de esos 86 CCPP. Tras dicho análisis se concluye que:
1. En **21 CCPP sólo quedaría presente la nueva entidad en una situación de monopolio**, sin que esté presente ningún competidor en dicho CCPP, ni a través de la presencia de un agente financiero ni a través de sucursal física en un radio de 1,5 kilómetros. Por tanto, el análisis realizado ha permitido identificar la existencia de 7 CCPP en los que aparecen competidores cercanos como consecuencia de la consideración de la isócrona.
 2. En **65 CCPP quedaría presente la nueva entidad con algún competidor**. En 48 casos sólo se identifica un competidor mientras en el resto, 17 CCPP⁹⁶, se identifica la presencia de dos o más competidores, ya sean agentes financieros o sucursales físicas de algún competidor en un radio de 1,5 kilómetros.
- (198) A este respecto, las partes han señalado que no consideran relevante el análisis a un nivel tan desagregado como el realizado, y que en todos los casos existe al menos una entidad bancaria competidora muy cercana, así como poblaciones de tamaño relevante (en casi todos los casos, por debajo de los 25/30 minutos por carretera) con múltiples entidades bancarias, considerando que representan todas ellas opciones viables para los habitantes de estos códigos postales. Además, las notificantes destacan que la posibilidad de operar mediante canales online con todos los bancos presentes a nivel nacional ejerce una presión competitiva muy considerable en todo el territorio nacional.
- (199) Sin embargo, esta Dirección de Competencia considera que una distancia por carretera de 25/30 minutos no garantiza que los clientes puedan considerar las opciones competidoras como viables, y es deseable, especialmente cuando se trata de zonas rurales caracterizadas por el envejecimiento de la población, y posibles limitaciones de movilidad, que se tengan en cuenta distancias a pie razonables. Además, de acuerdo con la información aportada por las propias notificantes para los CCPP identificados, el uso de los canales online por parte de los clientes de CAIXABANK y BANKIA a día de hoy todavía no es muy elevado, situándose en porcentajes de en torno al 50/60%,

⁹⁶ De esos 17 CCPP, en 9 CCPP se identifican con este análisis 2 competidores adicionales, y en los 8 CCPP restantes se identifican más de dos competidores (3 competidores en 2 códigos postales, 4 competidores en un código postal, 5 competidores en otro código postal, 6 competidores en 2 de esos códigos postales y hasta 9 y 10 competidores en otros dos códigos postales).

- lo que parece indicar que la presión competitiva de la banca online no es suficientemente significativa en esos CCPP. En consecuencia, se considera que un análisis de isócronas de 1,5 km, que supone tener que desplazarse una distancia a pie de 20 minutos hasta la próxima sucursal más cercana, representa un análisis adecuado. Dicha referencia de 1,5 km está, además, en línea, con [CONF.], y con [CONF.].
- (200) Por otra parte, CAIXABANK también señala que la entidad resultante no tendría la capacidad organizativa para ajustar su política comercial nacional a las circunstancias concretas de estos CCPP, puesto que las decisiones de política comercial de las entidades bancarias se adoptan y diseñan a nivel nacional. Sin embargo, si bien esto podría contribuir a minimizar la necesidad de realizar un análisis de riesgos a nivel de inferior al provincial, lo cierto es que nada asegura que tras la operación de concentración la entidad resultante pudiera tomar la decisión de adaptar sus políticas comerciales a nivel más local en aquellos CCPP en los que no estará sometida a una presión competitiva suficiente, algo para lo que incluso en la actualidad los propios comerciales de las sucursales bancarias también pueden tener cierto margen.
- (201) Por último, las notificantes también señalan que, en cualquier caso, cualquier impacto competitivo de la operación en los CCPP nunca podría calificarse de significativo pues afectaría tan sólo a una muy pequeña proporción de la población y del territorio nacional. Así, señalan que la totalidad de esos 86 códigos postales representan una proporción mínima de la población nacional (menos de 400.000 habitantes sobre un total de 47 millones; aproximadamente el 0,8%) e individualmente una proporción igualmente menor de la población provincial (también en el entorno del 0,2%; salvo en el caso de algún código postal perteneciente a grandes municipios como Palma, que supera ligeramente el 1%). Esta Dirección de Competencia no puede tener en cuenta, sin embargo, dichas consideraciones, pues no se pueden obviar los efectos que la operación de concentración podría tener en esas poblaciones, por escaso que sea el número de personas afectadas, más tratándose de riesgos, como la posible exclusión financiera, o la eliminación total de competencia, que se caracterizan, justamente, por afectar a núcleos reducidos de población.
- (202) Por tanto, a pesar de las consideraciones realizadas por las partes al respecto, esta Dirección de Competencia considera que algunos de los datos expuestos a nivel provincial, a pesar de no reflejar de forma directa un problema de competencia, no permiten descartar la posible existencia de alteraciones en la estructura competitiva en ámbitos geográficos más estrechos y que no debe olvidarse que la fusión supone, en definitiva, la creación de una entidad líder en banca minorista, por lo que se ha considerado necesario y adecuado el análisis realizado en un ámbito inferior al provincial en esta operación.
- (203) Como ya se ha mencionado, y a pesar de que el análisis de isócronas realizado ha permitido identificar CCPP en los que los posibles problemas de competencia se podrían ver mitigados como consecuencia de la aparición de competidores cercanos, la posición de dominio o incluso de monopolio

observada en determinados CCPP (86) no permite descartar los ya mencionados riesgos de **empeoramiento de las condiciones comerciales o el endurecimiento de requisitos contractuales**. Se considera que el riesgo es muy elevado en los 21 CCPP en los que se produce una situación de monopolio como resultado de la fusión. Y el riesgo es algo menor pero igualmente elevado en los 65 CCPP restantes, en los que la presencia de un único competidor puede ser insuficiente para disciplinar la actuación de la entidad resultante.

- (204) El riesgo de exclusión financiera o empeoramiento de condiciones comerciales, además, ha sido planteado por asociaciones de consumidores o sectoriales, así como diversas asociaciones de consumidores financieros, que han identificado en sus respuestas al test de mercado el riesgo de que los clientes de BANKIA sufran un cambio en sus condiciones contractuales, pasando a abonar las comisiones de CAIXABANK (con la consiguiente subida de las mismas).
- (205) En relación con este aspecto, la notificante ha señalado que el efecto de la fusión será la transición de los productos del catálogo de BANKIA al de CAIXABANK, sin un impacto significativo en las comisiones que deben abonar. Es decir, la oferta de productos post-fusión será la de CAIXABANK, principalmente, sin que vaya a producirse una subida de las comisiones por parte de la entidad resultante, pues explica que las sinergias de ingresos no se derivarán de cobrar más a los clientes sino de ofrecerles más productos post-fusión [CONF.] (tal y como se ha descrito en el apartado de eficiencias).
- (206) Por este motivo, y con el fin de comprobar todo lo anterior, se ha realizado un análisis muy detallado de las políticas de comisiones y condiciones contractuales de los principales productos ofrecidos por CAIXABANK y BANKIA, realizando una comparativa de los productos más emblemáticos y comparables de ambas entidades, y se ha preguntado a las notificantes qué productos desaparecerán del catálogo de la nueva entidad y cuáles serán las comisiones y condiciones comerciales que prevalezcan. De acuerdo con la información aportada por las notificantes, si bien es cierto que no parece que la política de comisiones actual de CAIXABANK y BANKIA por separado presente, en general, diferencias claras y evidentes, pues la mayor parte de los productos de CAIXABANK encuentran productos con condiciones de contratación y comisiones similares en BANKIA, sí se aprecian diferencias en ciertos productos, por ejemplo:
- Retiradas de efectivo en cajeros automáticos ajenos: BANKIA bonifica cuatro retiradas de efectivo en cajeros automáticos ajenos al mes.
 - Operativas de ventanilla: BANKIA no cobra a sus clientes con carácter general por realizar operaciones en ventanilla, mientras que CAIXABANK cobra una comisión de dos euros por realizar operaciones en ventanilla cuando esa operación puede realizarse por canales a distancia o en los cajeros de la oficina.
 - Hipotecas: en general se identifica que las hipotecas que ofrece CAIXABANK tienen unos TAE sensiblemente más altos que aquéllos de las hipotecas que ofrece BANKIA. Es cierto que para las hipotecas en las

que el tipo de interés se bonifica por la contratación de productos adicionales, la Ley de Contratos de Crédito Inmobiliario exige que se incluyan la totalidad de costes de los productos contratados con la hipoteca (por ejemplo, seguros de vida y hogar) para el cálculo de la TAE. Esto justificaría por qué las TAE de CAIXABANK son más elevadas (aunque las diferencias son considerables), y además pone de manifiesto el volumen de seguros que comercializa CAIXABANK en combinación con las hipotecas para bonificar y reducir los tipos.

- Tarjetas de débito: la tarjeta de débito, que se aporta de forma gratuita en el caso de la cuenta “Por Ser Tú” de BANKIA, no está bonificada en la cuenta equivalente “Día a Día” de CAIXABANK. Ahora bien, es preciso tener en cuenta que, en dicha cuenta, CAIXABANK bonifica la tarjeta de crédito “Visa&Pay” (una tarjeta diseñada, según información aportada por CAIXABANK, para combinar la experiencia típica de una tarjeta de débito con las posibilidades de una tarjeta de crédito, pues los titulares de dicha tarjeta pueden optar por una opción de pago a dos días, de manera que los gastos se van reflejando en los movimientos al momento, y los pagos se descuentan de la cuenta asociada a las 48 horas).
- (207) A la vista de lo anterior, se considera que no se pueden descartar los riesgos mencionados en relación con un posible aumento de comisiones de la nueva entidad o de empeoramiento de las condiciones de determinados productos ofrecidos, en especial en aquellos CCPP donde se queda sola la entidad resultante en situación de monopolio o donde sólo hay un competidor adicional y por tanto la presión competitiva podría ser baja, pues la entidad resultante tendría la capacidad y los incentivos a subir comisiones y cambiar condiciones sin riesgo de perder clientes en favor de otra entidad.
- (208) De hecho, el análisis de las condiciones comerciales de los principales competidores presentes en esos 65 CCPP, realizado por esta Dirección, no resulta concluyente a efectos de poder descartar riesgos, como consecuencia de la existencia de una oferta más ventajosa procedente de los competidores presentes en los mismos. Por una parte, no se observan diferencias sustanciales con respecto a la oferta de productos que tendrá la nueva entidad, por parte de aquellas entidades con presencia nacional, quienes tienen una oferta comercial más amplia y parecida a la de la entidad absorbente, CAIXABANK; por otro lado, si bien podría pensarse que las cajas rurales pudiesen ofrecer servicios más ventajosos, tras el análisis detallado de los productos que ofrecen los competidores en estos CCPP se observa que los productos de las cajas rurales no serían, en diversos casos, más atractivos, pues incluyen condiciones de vinculación más estrictas para poder evitar el pago de comisiones, frente a la oferta de entidades como CAIXABANK, BANKIA y otros competidores.
- (209) A ello debe añadirse la dificultad para llevar a cabo la comparativa de las condiciones comerciales de los productos de las entidades fusionadas, de manera que los clientes de BANKIA cuyos productos desaparecerán tras la fusión podrían no disponer de información suficientemente transparente para conocer las implicaciones de la operación sobre sus productos contratados.

- (210) Adicionalmente, en relación con estos 86 CCPP identificados, y a la vista de la importancia que la red de sucursales de las entidades financieras tiene en materia de inclusión financiera, la **exclusión financiera** es otro riesgo que no se puede obviar. Podría ocurrir que en aquellos CCPP en los que la entidad resultante se queda en situación de monopolio, ésta decida cerrar sucursales con el consiguiente riesgo que ello supondría para los habitantes de esas zonas, que se quedarían sin acceso a servicios financieros. Esto, además, afectaría en mayor medida a la población más mayor pues es la que habitualmente menos acceso tiene a la banca online.
- (211) Por este motivo, se ha solicitado información a las notificantes acerca de su política de cierre de sucursales. CAIXABANK señala que ha considerado en sus estimaciones internas una previsión de cierre de [CONF.] oficinas a nivel nacional como resultado exclusivo de la operación de concentración (aportando una distribución autonómica de los cierres previstos).
- (212) A este respecto, las notificantes señalan que el grueso de los cierres previstos con motivo de la operación se centra en las zonas urbanas, y defienden que la mayor capilaridad que permite la fusión se reflejará en una red con mayor presencia en estas zonas menos pobladas, ya que la fusión implicará una menor presión de cierres en estas zonas, puesto que a su vez se incrementa el número de clientes por oficina y no hace necesario ampliar el radio de distancia entre oficinas. Es decir, según las notificantes, gracias a la fusión se producirán menos cierres de oficinas en entornos rurales de los que se habrían producido sin fusión. Si bien esto puede ser así en algunas zonas, esto no evita que, en determinadas zonas, y siguiendo estrictamente un criterio de rentabilidad, la entidad resultante pueda tomar la decisión de cerrar sucursales porque, efectivamente, no resulten rentables, lo cual sería especialmente preocupante en aquellos CCPP en los que la única entidad presente sea la entidad resultante.
- (213) Por otro lado, aportan información sobre el programa de ofibuses, que tiene especial relevancia en el mundo rural. CAIXABANK señala que mantendrá la totalidad de los vehículos y las rutas ya existentes con la finalidad de evitar la exclusión financiera que se pudiera producir en el caso de cierre, preservar la relación directa con el cliente rural y mantener su apuesta por la economía rural. Para ello, tras la fusión, las notificantes señalan que la entidad resultante mantendrá [CONF.] rutas de ofibuses, pues BANKIA tiene [CONF.] líneas de ofibus que CAIXABANK va a mantener, y CAIXABANK mantendrá sus [CONF.] rutas (Burgos y Guadalajara) porque no se solapan con las de BANKIA. No obstante, las rutas de BANKIA pasan por [CONF.] pueblos y en [CONF.] de ellos hay presencia de CAIXABANK ([CONF.] en Madrid y [CONF.] en Valencia), por lo que sus oficinas pasarán a asumir esos clientes, en vez de pasar las líneas por esos municipios. Y, además, indican que van a incorporar a esas rutas [CONF.] poblaciones que señalan que BANKIA cubría hasta ahora a través de [CONF.]. Todo ello merece una valoración positiva para asegurar la inclusión financiera en aquellas zonas por las que pasan estas rutas, pero, de nuevo, este programa no evitaría que en determinadas zonas caracterizadas por su baja rentabilidad (especialmente entornos rurales), la entidad resultante pueda llegar a tomar la decisión de cerrar sucursales.

- (214) En definitiva, esta Dirección de Competencia considera que estas medidas abordan, pero no resuelven, los posibles riesgos de exclusión financiera que pudieran surgir a raíz de la fusión si la entidad resultante tomara la decisión de cerrar sucursales en aquellas zonas donde las partes están presentes, o decidiera integrar sucursales en una misma población donde las sucursales se encuentran a una distancia considerable.
- (215) A este respecto, la notificante señalaba ya en la notificación de la operación que no se abandonarían poblaciones donde estén presentes únicamente las partes, y que no se plantean hacer integraciones de sucursales en la misma población cuando [CONF.], lo que posteriormente han presentado como parte del paquete de compromisos, que se analiza más adelante.

b) Mercado de cajeros automáticos

- (216) En el caso del mercado de cajeros automáticos, la cuota de cajeros de la entidad resultante es del [20-30%] a nivel nacional, con adición de BANKIA del [10-20%], siendo los principales competidores SANTANDER (cuota del [10-20%]) y BBVA (cuota del [10-20%]). En el análisis regional, la cuota de cajeros supera la cuota del 30%, con una adición de BANKIA superior al 10%, en las siguientes provincias: Ceuta ([30-40%], con adición BANKIA del [20-30%]), Baleares ([30-40%], con adición BANKIA del [10-20%]), Madrid ([30-40%], con adición BANKIA del [20-30%]), Granada ([30-40%], con una adición BANKIA del [20-30%]) y Valencia ([30-40%], con una adición BANKIA del [20-30%]).
- (217) Las cuotas resultantes, por sí solas, no resultan preocupantes en este segmento y se observa la presencia de competidores relevantes con una amplia red de cajeros, no sólo a nivel nacional, como ya se ha señalado, sino también a nivel provincial: en Granada (cuotas del [0-10%] BBVA y del [0-10%] del SANTANDER), Baleares (cuotas del [0-10%] del SANTANDER y del [0-10%] del BBVA), Ceuta (cuota del [20-30%] del BBVA y del [10-20%] del SANTANDER), Valencia (cuota del [0-10%] del BBVA y del [0-10%] del SANTANDER) y Madrid (cuota del [10-20%] del BBVA y del [10-20%] del Santander).
- (218) Sin embargo, el análisis en este mercado no puede realizarse sin tomar en consideración la existencia de los acuerdos suscritos entre BANKIA, Euro6000 y BANCO SABADELL, por un lado, así como entre BANKIA e ING, por otro, y los efectos negativos que la posible ruptura de dichos acuerdos podría tener no solo sobre los clientes finales de las partes, sino especialmente sobre las entidades parte en dichos acuerdos. Así lo ha confirmado también el test de mercado, pues, de hecho, dos de las entidades afectadas han identificado también esta situación como un posible riesgo derivado de la operación.
- (219) Por un lado, en caso de no continuar vigentes estos acuerdos, los clientes de BANKIA perderían acceso a la red de cajeros de aquellas entidades con las que BANKIA tiene suscritos los acuerdos, si bien dicha pérdida se vería compensada por la posibilidad de acceder a la red de cajeros CAIXABANK, la más numerosa del mercado y con una gran capilaridad.

- (220) Sin embargo, **para los clientes de las terceras entidades que tenían suscritos acuerdos con BANKIA (como ING, BANCO SABADELL y las entidades pertenecientes a la red Euro6000), una posible ruptura de los acuerdos** supondría dejar de acceder a la red de cajeros de BANKIA en las condiciones en las que venían haciéndolo y tener que **pagar una comisión que será más elevada** que la que pagan actualmente en el marco de los acuerdos suscritos. Esta situación sería especialmente perceptible en las localizaciones en las que se ha identificado que las cuotas superan el 30% con adiciones superiores al 10%, pues la posición de BANKIA en esos lugares representa, en prácticamente todas ellas, cuotas cercanas o superiores al 25%. Si bien existen en España diversas alternativas a la extracción de dinero en cajeros así como empresas de reciente entrada en el mercado cuya única actividad es la de poseer una red de cajeros que ponen a disposición de los usuarios de todas las entidades bancarias con las que podrían contratar estas terceras entidades afectadas, no puede descartarse que, al menos a corto plazo, la fusión genere desventajas para un determinado grupo de clientes, como consecuencia de la reducción del parque de cajeros al que podrán acceder en las mismas condiciones en que venían haciéndolo bajo los acuerdos vigentes de BANKIA.

VII.3 Conclusión sobre los efectos de la operación en ausencia de compromisos

- (221) La presente operación da lugar a la fusión de la tercera y la cuarta entidad bancarias del país, pasando a convertirse la entidad resultante en la líder del sector en particular en todos los segmentos de banca minorista. Como resultado de la fusión, esta Dirección de Competencia ha identificado una serie de riesgos derivados de la misma a la vista de la estructura competitiva que resulta de la fusión en determinados CCPP:
- a) El **riesgo de exclusión financiera** generado en aquellos lugares donde estén presentes únicamente las partes, debido a la posibilidad de cierre de las oficinas bancarias presentes en dichas zonas.
 - b) El riesgo de que se produzca un **empeoramiento en las condiciones comerciales** para los actuales clientes de BANKIA en aquellos **CCPP donde la entidad resultante pasa a estar en una situación de monopolio**, con lo que los clientes no tendrían alternativas ante dichos cambios (21 CCPP).
 - c) El riesgo de un **empeoramiento de las condiciones comerciales** para los actuales clientes de BANKIA en aquellos CCPP en los que, si bien no se da una situación de monopolio, aumenta de forma considerable la cuota de la entidad resultante, en todo caso por encima del 60% y son **CCPP en los que hay escasa presión competitiva** (65 CCPP).
 - d) El riesgo de que, en caso de producirse la ruptura de los acuerdos que actualmente tiene BANKIA suscritos con EURO6000 y BANCO SABADELL, por un lado, así como con ING, por otro lado, los clientes de esas entidades dejen de tener **acceso a la red de cajeros de BANKIA en las condiciones actuales suscritas en el marco de dichos**

acuerdos preexistentes, experimentando un empeoramiento de las mismas sin que dispongan de alternativas razonables a corto plazo.

- e) El riesgo de que los clientes que tienen contratados productos de BANKIA sean **traspasados automáticamente** a los de CAIXA que, en determinados casos, tienen **condiciones comerciales menos ventajosas**, sin que exista una **transparencia suficiente** para que puedan tomar decisiones informadas sobre los productos resultantes. El riesgo de subida de comisiones es especialmente preocupante en el caso de los clientes más vulnerables en términos de renta que no dispongan de alternativas competitivas suficientes o equivalentes a las de la entidad fusionada para los productos básicos.

VIII. COMPROMISOS PROPUESTOS

- (222) CAIXABANK presentó, con fecha 10 de marzo de 2021, una primera propuesta de compromisos, y posteriormente, con fecha 18 de marzo de 2021, presentó una nueva propuesta de compromisos con algunas modificaciones sobre la primera, de conformidad con lo previsto en el artículo 59 de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia y en el artículo 69 del RDC, que se resumen a continuación:

1. Compromiso en relación con clientes vulnerables.

- (223) CAIXABANK se compromete a identificar, una vez realizada la operación, a los clientes de BANKIA que cumplan con los requisitos de elegibilidad de la cuenta social⁹⁷, y les comunicará la posibilidad de beneficiarse de las condiciones de dicha cuenta.
- (224) Asimismo, CAIXABANK se compromete a mantener, durante la vigencia de este compromiso, dicha cuenta social o un producto equivalente, pero siempre en condiciones iguales o más beneficiosas para los clientes que las de la actual cuenta social.

⁹⁷ Dichas condiciones son:

- (i) el cliente es una persona física mayor de edad;
- (ii) el cliente percibe (a) un ingreso mínimo vital o una renta garantizada, (b) una prestación de paro como único ingreso familiar, de importe inferior a 400 euros mensuales durante dos meses seguidos, o (c) una pensión como único ingreso familiar, de importe inferior a 300 euros mensuales durante dos meses seguidos;
- (iii) el cliente reúne los siguientes requisitos de ingresos y saldos medios: la suma de los ingresos mensuales se encuentra entre 5 y 600 euros y el saldo medio de los ahorros de los titulares no supera los 2.000 euros.

2. Compromiso en relación con las comunicaciones a los clientes.

- (225) CAIXABANK se compromete⁹⁸ a comunicar a los clientes de BANKIA, de forma transparente, tanto el cierre de la operación como los posibles cambios en productos que pudieran afectarles y, en particular, comunicará con carácter previo a la implementación de los cambios (i) las nuevas comisiones aplicables como resultado de la modificación de un producto o servicio derivada de la fusión; (ii) los productos ofrecidos a los clientes de CAIXABANK para los que dichos clientes provenientes de BANKIA cumplan con los criterios de elegibilidad establecidos y sean equiparables, o mejores, a los productos que tengan contratados en BANKIA; (iii) que las modificaciones entrarán en vigor en un plazo mínimo de 60 días en el caso de los clientes personas físicas (consumidores y autónomos) y de 30 días en el caso del resto de clientes; (iv) los derechos de que dispone el cliente ante un cambio de condiciones; y (v) la libertad del cliente para cambiar de entidad bancaria.
- (226) Asimismo, CAIXABANK se compromete a remitir a la CNMC un borrador de dicha comunicación, para su aprobación en un plazo de 10 días.
- (227) Este compromiso es aplicable a todas las comunicaciones realizadas a los clientes de la entidad resultante, con independencia del medio en que se realicen.
- (228) El compromiso no será de aplicación a:
- (i) las campañas de comunicación institucional o publicitaria que CAIXABANK realice de forma generalizada al público, o a un segmento del mismo;
 - (ii) Las comunicaciones bilaterales e individualizadas entre un cliente y CAIXABANK (si bien estas comunicaciones respetarán en todo caso las obligaciones de este compromiso siempre que tengan un contenido equivalente a lo recogido en este compromiso); ni
 - (iii) las comunicaciones de CAIXABANK dirigidas a las grandes empresas, entendiéndose por grandes empresas aquellas empresas que cumplan con cualquiera de los siguientes criterios: ocupen a más de 250 trabajadores, su volumen de negocios anual exceda de 50 millones de euros o cuyo balance general anual exceda de 43 millones de euros.

⁹⁸ El presente compromiso no resulta de aplicación:

- (i) a las campañas de comunicación institucional o publicitaria que CAIXABANK realice de forma generalizada al público, o a un segmento del mismo;
- (ii) a las comunicaciones bilaterales e individualizadas entre un cliente y CAIXABANK, incluyendo las comunicaciones de CAIXABANK con clientes en respuesta a una comunicación previa del cliente a CAIXABANK;
- (iii) ni a las comunicaciones de CAIXABANK dirigidas a las grandes empresas. A estos efectos, se entiende por grandes empresas aquellas empresas que cumplan con cualquiera de los siguientes criterios: ocupen a más de 250 trabajadores, su volumen de negocios anual exceda de 50 millones de euros o cuyo balance general anual exceda de 43 millones de euros.

3. Compromiso en relación con el mantenimiento de la presencia física a través de sucursales.

- (229) CAIXABANK se compromete a no abandonar ningún municipio en el que actualmente esté presente una de las partes (o ambas) y no haya ninguna oficina competidora.
- (230) Se entiende que las partes están presentes en aquellos municipios en que dispongan de una oficina bancaria en el momento de autorización de la operación y que las partes abandonan un municipio, si cierran como resultado de la operación todas las oficinas presentes en el mismo.
- (231) Este compromiso no impedirá a CAIXABANK el cierre de oficinas bancarias en los siguientes casos:
- (i) El cierre de oficinas si el número de clientes de dichas oficinas se reduce por debajo de los 400 clientes o, en los casos en los que una oficina tenga menos de 400 clientes en la fecha de la Autorización, el número de clientes se reduce en un 20%.
 - (ii) El cierre de oficinas en municipios donde se haya abierto una oficina bancaria o se haya establecido un agente financiero de una entidad competidora con posterioridad a la fecha de la Autorización.

4. Compromiso en relación con las condiciones comerciales ofrecidas en los CCPP con elevada cuota de concentración en sucursales.

- (232) CAIXABANK se compromete, en relación con los clientes presentes en los 21 códigos postales en que sólo están presentes las partes (recogidos en el anexo 6 (A)), a mantener las condiciones y términos de los productos que tengan suscritos, en los siguientes términos: (i) en el caso de productos y servicios de duración determinada, CAIXABANK mantendrá las condiciones hasta el vencimiento del plazo del producto o servicio; (ii) en el caso de productos y servicios de duración indefinida, CAIXABANK mantendrá las condiciones de estos productos y servicios previas a la fecha de Autorización, durante la vigencia del presente compromiso. Si durante la vigencia del presente compromiso, su política comercial ofreciese condiciones más favorables para los clientes, se ofrecerán dichas condiciones más favorables a los clientes afectados por este compromiso.
- (233) Asimismo, en relación con las oficinas de CAIXABANK presentes en los 65 CCPP restantes (recogidos en el Anexo 6(B)), la entidad se compromete a ofrecer sus productos en condiciones sustancialmente iguales o no peores a las ofrecidas por CAIXABANK en los tres códigos postales con mayor presencia física de oficinas de entidades financieras competidoras de CAIXABANK.
- (234) Adicionalmente, con respecto a los clientes provenientes de las oficinas de BANKIA situadas en los códigos postales recogidos en los Anexos 6(A) y 6(B), CAIXABANK no cobrará comisiones a dichos clientes por realizar una operación en ventanilla cuando esa operación hubiese sido gratuita de acuerdo con las condiciones ofrecidas por BANKIA en la fecha de Autorización.

5. Compromiso en relación con al acceso transitorio al parque de cajeros de CAIXABANK.

- (235) CAIXABANK se compromete, tanto en relación con el acuerdo de ING de acceso a los cajeros de BANKIA como en relación con el acuerdo de BANKIA con EURO6000 y BANCO SABADELL sobre acceso recíproco de cajeros, a que, en caso de poner fin a dichos acuerdos, se ofrecerá a los clientes de dichas entidades (ING, SABADELL y las entidades adheridas a EURO6000) acceso a los cajeros que eran titularidad de BANKIA antes de la operación, durante un período de 18 meses y en las mismas condiciones económicas previstas en los citados acuerdos.
- (236) En el caso de cierre de cajeros de BANKIA como consecuencia de la operación, CAIXABANK dará acceso a los clientes de las entidades anteriores a su cajero más próximo al cajero de BANKIA cerrado. Asimismo, señalará debidamente los cajeros afectados con el objetivo de que sean fácilmente identificables por parte de los clientes de las correspondientes entidades.
- (237) Todo ello, sin perjuicio de los derechos de las contrapartes de BANKIA recogidos en cada uno de estos acuerdos preexistentes.

6. Compromiso de desinversión de excesos de participaciones estatutarias en sociedades de gestión de pagos.

- (238) CAIXABANK se compromete a cumplir con las obligaciones que establecen sus respectivos estatutos y pactos de socios, en cuanto a la desinversión del porcentaje de participación del capital social titularidad de CAIXABANK, que exceda del límite previsto en sus estatutos y pactos de socios como resultado de la adquisición de las participaciones y acciones titularidad de BANKIA en determinadas sociedades⁹⁹, como resultado de la operación.
- (239) Más allá de lo que se refleja en los estatutos y pactos de socios de las sociedades anteriores, CAIXABANK se compromete a no ejercer en ningún caso los derechos de voto asociados a la proporción de capital proveniente de BANKIA en la parte que exceda los límites de participación.
- (240) Y señala que las desinversiones anteriores se harán en los plazos y procedimientos previstos en los estatutos y pactos de socios aplicables a cada una de las sociedades.

⁹⁹ Las sociedades afectadas por dichos compromisos son:

- (i) Redsys Servicios de Procesamiento, S.L., con un límite de participación del 24,9%, por lo que CAIXABANK deberá desinvertir un 11,04%.
- (ii) Sistema de Tarjetas y Medios de Pago, S.A., con un límite de participación del 25%, por lo que CAIXABANK deberá desinvertir un 3,9%.
- (iii) Sociedad de Procedimientos de Pago, S.L. (Bizum), con un límite de participación del 24%, por lo que CAIXABANK deberá desinvertir un 9,44%.
- (iv) Sociedad Española de Medios de Pago, S.A. (ServiRed), con un límite de participación del 25%, por lo que CAIXABANK deberá desinvertir un 16,21%.

Supervisión de los compromisos

- (241) Se establece en los compromisos que CAIXABANK cooperará con la CNMC para acreditar el cumplimiento adecuado compromisos y, con independencia de los requerimientos de información que se puedan formular, informará a la Dirección de Competencia aportando información sobre cada uno de los compromisos de la siguiente manera:
- En el plazo de 10 días hábiles desde su envío efectivo, CAIXABANK aportará información relativa a las comunicaciones realizadas a los clientes provenientes de BANKIA que cumplan con las condiciones indicadas en el apartado 3(A) del compromiso relativo a “Clientes Vulnerables”.
 - Además de los borradores de las comunicaciones que se enviarán a la Dirección de Competencia de acuerdo con lo establecido en el apartado 4(C) del compromiso relativo a las comunicaciones a clientes, CAIXABANK informará a la Dirección de Competencia del cierre de la operación, así como del envío efectivo de dichas comunicaciones, aportando copia de las comunicaciones efectivamente enviadas en un plazo de 10 días.
 - Con una antelación de 10 días hábiles, CAIXABANK informará a la Dirección de Competencia de cualquier cierre que prevea realizar al amparo de las excepciones recogidas en el apartado 5(C) del compromiso relativo al mantenimiento de la presencia física a través de sucursales.
 - Con carácter semestral CAIXABANK proporcionará la información pertinente que acredite que efectivamente se cumple el compromiso relativo a las condiciones comerciales ofrecidas en los 86 CCPP identificados:
 - En relación con el compromiso contenido en el apartado 6(A), CAIXABANK informará a la Dirección de Competencia de las comunicaciones a los clientes relativas al mantenimiento de las condiciones. Y con carácter semestral CAIXABANK proporcionará la información referida al conjunto de las oficinas bancarias identificadas en el Anexo 6(A), que acredite que efectivamente se cumple el compromiso.
 - En relación con el compromiso contenido en el apartado 6(B), CAIXABANK proporcionará con carácter semestral la información que acredite que efectivamente se cumple el compromiso en cuestión. Dicha información se referirá, por una parte, al conjunto de las oficinas bancarias de la entidad resultante ubicadas en los códigos postales identificados en el Anexo 6(B) y, por la otra, al conjunto de oficinas de la entidad resultante ubicadas en los tres códigos postales que, a nivel nacional, en cada semestre aplicable, tengan mayor presencia física de oficinas de entidades financieras competidoras.
 - En el plazo de 10 días hábiles contados desde que se produzca cada una de las desinversiones, CAIXABANK informará a la Dirección de

Competencia de la efectividad de las desinversiones recogidas en la Sección 8 (Desinversión de excesos de participaciones estatutarias en sociedades de gestión de pagos).

Revisión y duración de los compromisos

- (242) El Consejo de la CNMC podrá, en respuesta a una petición razonada de CAIXABANK que demuestre una causa justificada, renunciar, modificar o sustituir uno o más de estos compromisos.
- (243) Una petición formulada con arreglo al apartado anterior no suspenderá ninguna de las obligaciones contraídas en virtud de los presentes Compromisos y, en particular, no suspenderá ninguno de los plazos en los que deban cumplirse dichas obligaciones hasta que se pronuncie el Consejo.
- (244) Los compromisos presentados entrarán en vigor en el momento en que se apruebe la presente operación.
- (245) Los compromisos relacionados con las desinversiones de exceso de participaciones estatutarias expirarán al completarse dichas desinversiones.
- (246) Los compromisos relacionados con el acceso transitorio al parque de cajeros de la entidad expirarán a los 18 meses.
- (247) Los compromisos en relación con las comunicaciones a clientes expirarán a los 18 meses desde que se haya producido la aprobación de la operación.
- (248) Por último, los compromisos relativos a clientes vulnerables, mantenimiento de la presencia física de CAIXABANK en determinadas zonas y condiciones comerciales ofrecidas en CCPP donde las partes alcanzan una elevada cuota de concentración en sucursales, expirarán a los tres años, contados desde la fecha de autorización.

IX. VALORACIÓN DE LOS COMPROMISOS

- (249) De acuerdo con el artículo 10 de la LDC, la CNMC valorará las concentraciones económicas atendiendo a la posible obstaculización del mantenimiento de una competencia efectiva en todo o en parte del mercado nacional.
- (250) El artículo 59 de la LDC prevé que, cuando de una concentración puedan derivarse obstáculos para el mantenimiento de la competencia efectiva, las partes notificantes, por propia iniciativa o a instancia de la CNMC, pueden proponer compromisos para resolverlos.
- (251) La LDC atribuye a la Dirección de Competencia la competencia para valorar estos remedios y al Consejo la competencia para resolver sobre los mismos, preservando la posibilidad de que la CNMC establezca condiciones, si se considera que los compromisos presentados no son adecuados para resolver los problemas de competencia detectados.
- (252) Este modelo permite conjugar la salvaguarda de las condiciones de competencia en el mercado con el máximo respeto a los principios de proporcionalidad y mínima intervención por parte de la autoridad a la hora de condicionar las operaciones de concentración.

- (253) En relación con la proporcionalidad, es importante recordar que los posibles remedios no deberían ir más allá de los problemas ocasionados por la operación notificada, dado que su objetivo no es redefinir la estructura de las empresas o de los mercados con el fin de resolver problemas de competencia preexistentes o ajenos a la operación.
- (254) Con carácter general, resulta preferible que la CNMC opte por los compromisos ofrecidos, siempre que sean adecuados, frente a la posibilidad legal de imponer condiciones porque, al haber sido ofrecidos de manera voluntaria, se facilita la ejecución y vigilancia de los mismos. Asimismo, debe señalarse que el RDC, en su artículo 69.5, establece que los compromisos presentados en primera fase sólo podrán ser aceptados cuando el problema de competencia detectado sea claramente identificable y pueda ser fácilmente remediado.
- (255) En este sentido, en la presente operación de concentración, los riesgos para la competencia han sido claramente identificados y delimitados.
- (256) Un primer compromiso presentado por la notificante tiene que ver con las **condiciones contractuales ofrecidas a los considerados como “clientes vulnerables”**. Por imperativo legal, tanto CAIXABANK como BANKIA mantienen una “cuenta de pago básica”, que incluye la apertura, la utilización y el cierre de la cuenta, los ingresos de cheques, depósitos y retiradas de efectivo, así como una tarjeta de débito o prepago y 120 transferencias SEPA anuales. Dicha cuenta, con requisitos idénticos en ambas entidades, puede ser gratuita si va destinada a clientes de especial vulnerabilidad¹⁰⁰, o bien tener un coste de tres euros mensuales¹⁰¹. Dichas cuentas tienen [CONF.] clientes en CAIXABANK y [CONF.] clientes en BANKIA.
- (257) Por su parte, CAIXABANK mantiene una “cuenta social”, que incluye la apertura y mantenimiento de la cuenta, los ingresos de cheques, depósitos y retiradas de efectivo en los cajeros CAIXABANK, así como una tarjeta de crédito o débito y 120 transferencias SEPA anuales, con un coste gratuito para los que cumplen determinados requisitos (perceptores de renta garantizada y perceptores de Ingreso Mínimo Vital). Se ofrece también a los siguientes colectivos: (i) Clientes que perciban una Prestación de paro como único ingreso familiar de importe inferior a 400 euros mensuales; (ii) Clientes que perciban una pensión como único ingreso familiar, de un importe inferior a 300 euros; (iii) y titulares del préstamo confianza.
- (258) Esta cuenta social llega, además, a un colectivo de personas más amplio que el de la cuenta de pago básica mencionada anteriormente, y cuenta en la actualidad con [CONF.] clientes en CAIXABANK.
- (259) Dado que BANKIA no tiene una cuenta similar a la cuenta de CAIXABANK en su catálogo de productos y la cuenta de pago básica que tiene en la actualidad no llega a un colectivo tan amplio como el de la cuenta de CAIXABANK, esta Dirección considera fundamental esta comunicación para asegurar que todos los clientes de BANKIA que estén en condiciones de

¹⁰⁰ De acuerdo con lo previsto en el RDL de 22 de marzo, por el que se establece un régimen gratuito de cuentas de pago básicas en beneficio de personas en situación de vulnerabilidad o con riesgo de exclusión financiera.

¹⁰¹ Según la Orden Ministerial ECE/228/2019.

- hacerlo puedan contratar dicha cuenta (según las estimaciones de CAIXABANK, alrededor de [CONF.] clientes provenientes de BANKIA). Por este motivo, se valora positivamente este primer compromiso, pues contribuye a mitigar el posible riesgo de exclusión financiera que podría afectar a este colectivo de “clientes vulnerables”, y contribuye a evitar que los clientes pertenecientes a dicho colectivo en BANKIA terminen pagando unas comisiones más altas, para lo cual CAIXABANK se compromete además a poner en conocimiento de este colectivo este producto que, en este caso, además, es más atractivo y beneficioso que lo ofertado por BANKIA.
- (260) Un segundo compromiso presentado, relativo a la **comunicación de los cambios en las políticas de comisiones para los clientes de BANKIA**, los derechos y obligaciones de los clientes actuales de BANKIA y la posibilidad de cambiar de entidad bancaria, elimina, a juicio de esta Dirección, el riesgo que puede surgir de una comunicación poco clara que no favorezca que los clientes conozcan los cambios que se van a encontrar y sus posibilidades de elección ante dichos cambios.
- (261) Esta Dirección de Competencia considera fundamental que toda la información relativa a los posibles cambios en condiciones y productos como consecuencia de la fusión sea trasladada de forma adecuada, clara y transparente a los clientes afectados, debido a la complejidad jurídico- técnica de la información que debe comunicarse. Es, además, necesario, que esto se produzca con anterioridad a que tengan lugar las modificaciones, y que toda la información reflejada en esa comunicación plantee de forma clara todas las opciones de cada categoría de producto para las cuales los clientes de BANKIA son elegibles tras la fusión, y no refleje cuestiones meramente jurídicas difíciles de entender para muchos clientes.
- (262) El hecho de que la comunicación que se remita a los clientes deba ser analizada y autorizada previamente por la CNMC garantiza que los términos y el contenido de la misma serán adecuados y asegurará una correcta y completa comunicación a los clientes, por lo que esta Dirección de Competencia valora positivamente este compromiso. Adicionalmente, se garantiza que los clientes de BANKIA conozcan cuáles son los productos equiparables que podrán contratar en la nueva entidad y, por tanto, no se verán automáticamente traspasados a productos que puedan ser peores que los que tenían, minimizando así el riesgo de empeoramiento de condiciones.
- (263) En relación con el compromiso de **mantenimiento de las condiciones comerciales a los clientes de los CCPP de concentración elevada** en términos de sucursales de las partes, esta Dirección de Competencia considera que dicho compromiso es adecuado y permite eliminar los riesgos identificados en los CCPP en los que la entidad resultante se queda en situación de monopolio o con alto poder de mercado. Así, la garantía de, bien mantener durante 3 años las condiciones actuales de los clientes de BANKIA presentes en los 21 CCPP donde sólo se encontrará la entidad resultante tras la fusión, bien ofrecer condiciones sustancialmente iguales o no peores en los 65 CCPP restantes a las ofrecidas por CAIXABANK en los tres CCPP con mayor presencia física de oficinas de entidades financieras competidoras de CAIXABANK, es un compromiso adecuado para evitar un eventual

empeoramiento de las condiciones de las que disfrutaban los clientes de CAIXABANK en ausencia de presión competitiva alguna (21 CCPP, recogidos en el Anexo 6(A)) y garantiza que las condiciones que se ofrecen allí donde la presión competitiva puede ser débil al existir un único competidor (65 CCPP, recogidos en el Anexo 6(B)) se alineen con las ofrecidas en entornos expuestos a alta presión competitiva.

- (264) Puesto que en este segundo grupo de CCPP el riesgo identificado no es consecuencia de una situación de monopolio tras la fusión, sino de la alta cuota que alcanzaría la entidad resultante, y debido a que en dichos CCPP sí existen alternativas a la oferta de productos de CAIXABANK, esta Dirección de Competencia considera este compromiso suficiente para mitigar los riesgos identificados. Debe tenerse en cuenta que en todos estos CCPP hay al menos un competidor adicional identificado en el mismo código postal, y en muchos de ellos existen varios competidores que pueden ejercer cierta presión competitiva, bien a través de agentes financieros presentes en la zona, o bien a través de la presencia de sucursales en las isócronas analizadas de 1,5 km.
- (265) Se valora, además, positivamente, que dicho compromiso incluya expresamente que CAIXABANK no cobrará comisiones a dichos clientes por realizar una operación en ventanilla (cuando esa operación hubiese sido gratuita de acuerdo con las condiciones ofrecidas por BANKIA en la fecha de autorización), para los clientes provenientes de las oficinas de BANKIA situadas en los códigos postales recogidos tanto en el Anexo 6(A) como en el Anexo 6(B) de los compromisos, pues así se elimina específicamente uno de los supuestos de posible empeoramiento de condiciones para los clientes de BANKIA en aquellos códigos postales más afectados. La operación en ventanilla es además uno de los servicios más demandados por la población más vulnerable en términos de edad y analfabetismo digital.
- (266) Respecto del compromiso relativo al **mantenimiento de la presencia física en aquellos municipios donde solo estén presentes las partes**, esta Dirección de Competencia considera que la garantía de no cerrar dichas sucursales, por un período de tres años, junto con las líneas de ofibuses que la entidad resultante mantendrá y reforzará en varias zonas y el anterior compromiso analizado referente a los códigos postales en los que se han identificado mayores riesgos, solventa los posibles riesgos que pudieran surgir en materia de exclusión financiera. A ello debe añadirse que las partes se han comprometido a mantener también la presencia de una sucursal en aquellos municipios en los que, incluso con anterioridad a la operación, ya se encontraba solo presente una de ellas y sin competidores alternativos, lo cual iría claramente más allá de los mercados locales afectados por la operación.
- (267) En cuanto al compromiso de mantenimiento de **acceso transitorio al parque de cajeros de BANKIA** o, en su defecto, al cajero automático más cercano de CAIXABANK, durante un periodo de 18 meses, se considera que este compromiso da margen suficiente a las entidades afectadas por una posible ruptura a adaptarse y responder a esta situación, dado que la exigencia de modificar la política de la entidad resultante, con respecto a la utilización de su red de cajeros de forma que se amplíe o mejore la existente en la

actualidad, por parte de CAIXABANK, excedería del ámbito que es objeto de valoración de esta fusión. Al objeto de comprobar la adecuación, suficiencia y eficacia de este compromiso para resolver los riesgos a la competencia detectados, se solicitó a las entidades implicadas su valoración de la primera propuesta de compromisos. Éstas han señalado lo siguiente.

- (268) Por un lado, [CONF.] no valora positivamente el compromiso por considerarlo inadecuado e insuficiente porque cree que puede ser una forma para que CAIXABANK [CONF.]. Además, señala que, en caso de que se cierren cajeros de BANKIA, el compromiso de acceder al cajero CAIXABANK más cercano no resuelve el problema porque si no existe una adecuada señalización puede generar confusión a los clientes y, dependiendo de la zona, podría ocurrir que incluso no les interese acudir a los cajeros de CAIXABANK. Considera, por tanto, fundamental una adecuada señalización de los cajeros y propone que CAIXABANK ofrezca mantener la red de cajeros titularidad de BANKIA en la extensión que tiene en este momento y conservando la señalización original durante un plazo no inferior a 12 meses desde que se produzca la fusión.
- (269) Por otro lado, [CONF.] valoran favorablemente la primera propuesta de compromisos, con ciertos matices. [CONF.], al igual que [CONF.], destaca la importancia de la señalización de los cajeros para evitar incertidumbre, y señala también que este compromiso debe ser considerado sin perjuicio de lo establecido en los términos y condiciones de su contrato con BANKIA. [CONF.], por su parte, considera que para generar certidumbre en el mercado sería necesario introducir un plazo [CONF.] desde que se notifique la autorización administrativa de la fusión, para que pueda optar por dar por terminado el actual contrato, con la consiguiente activación del periodo transitorio de 18 meses previsto en el compromiso de CAIXABANK. Sugiere también que el compromiso de CAIXABANK debería abarcar a la red de cajeros única, es decir, la resultante de la fusión de las redes de ambas entidades (CAIXABANK y BANKIA), permitiendo que sus clientes puedan utilizar la citada red durante el periodo transitorio. Y finalmente cree que [CONF.].
- (270) La propuesta final de compromisos presentada por las notificantes resuelve adecuadamente estas preocupaciones manifestadas en el test de mercado. Así, por un lado, y frente a la propuesta inicial de compromisos, la entidad resultante se compromete a señalar debidamente los cajeros afectados por los compromisos con el objetivo de que sean fácilmente identificables por parte de los clientes de estas entidades que tienen suscritos acuerdos de acceso a cajeros de BANKIA en la actualidad. Y se establece, además, que estos compromisos relativos a los acuerdos de acceso recíproco de cajeros que BANKIA tiene hasta el momento con ING, por un lado, y con EURO6000 y BANCO SABADELL, por otro lado, se ofrecen sin perjuicio de los derechos de las contrapartes de BANKIA recogidos en dichos acuerdos. Además, el periodo de 18 meses de vigencia de este compromiso se empezará a contar desde la fecha de la comunicación efectiva de la terminación del acuerdo en los términos que las partes tienen pactados.

- (271) En relación con el último compromiso presentado por las partes, es importante destacar que, en materia de sistemas de medios de pago, las partes no adquirirán como resultado de la operación control negativo en ninguna de las siguientes **sociedades dedicadas a la gestión de las infraestructuras generales de pagos** de las que son titulares de participaciones comunes:
- EURO 6000.
 - Iberpay.
 - Redsys.
 - Servired.
 - STMP.
 - Bizum.
- (272) Todas las sociedades de pago tienen mecanismos de gobierno corporativo que impedirán a las partes imponer o vetar decisiones comerciales estratégicas en los órganos de administración y cuentan con otros accionistas relevantes:
- (i) En relación con **Euro 6000**, la participación de la entidad fusionada es de menor entidad (15,62%) y no le permitirá vetar decisiones en sus órganos sociales.
 - (ii) En relación con **Iberpay**, sus estatutos sociales configuran una participación de bloqueo de al menos una tercera parte del capital social, por lo que la entidad resultante (23,79%) nunca tendrá la capacidad de veto sobre ninguna decisión.
 - (iii) En relación con **Redsys**, sus estatutos prevén que ningún accionista pueda ser titular de más del 24,9% de la sociedad. Por lo tanto, de conformidad con los estatutos sociales, la entidad resultante deberá desinvertir el exceso de capital (11,04%). Las minorías de bloqueo están fijadas en el [CONF.] del capital y de los miembros del consejo de administración en ciertas materias reservadas. Como la entidad fusionada no dispondrá del más del 24,9% del capital, y no podrá proponer más de [CONF.] miembros del consejo de administración, ésta no dispondrá de derechos de veto que puedan conceder control negativo sobre Redsys.
 - (iv) En relación con **Servired**, el pacto de accionistas prevé que ningún accionista pueda ser titular de más del 25% del capital de la sociedad. Por lo tanto, de conformidad con dicho pacto de accionistas, la entidad resultante deberá desinvertir el exceso de capital (16,21%). Los estatutos de Servired prevén una minoría de bloqueo del [CONF.] del capital, por lo que una vez se desinvierta el citado exceso de capital, la entidad fusionada no podrá vetar ningún acuerdo en la junta de socios.
 - (v) En relación con **STMP**, el pacto de accionistas prevé que ningún accionista pueda ser titular de más del 25% del capital de la sociedad. Por lo tanto, de conformidad con dicho pacto de accionistas, la entidad resultante deberá desinvertir el exceso de capital (3,89%).

- (vi) En relación con **Bizum**, el pacto de socios prevé que ningún accionista pueda ser titular de más del 24% del capital de la sociedad. Por lo tanto, de conformidad con dicho pacto de socios, la entidad resultante deberá desinvertir el exceso de capital (9,44%). Las minorías de bloqueo están fijadas en el [CONF.] del capital y en [CONF.] miembros del consejo de administración en ciertas materias reservadas. Como la entidad fusionada no dispondrá del más del 24% del capital, y no podrá proponer más de [CONF.] miembros del consejo de administración, ésta no dispondrá de derechos de veto que puedan conceder control negativo.
- (273) Si bien dichos mecanismos parecen garantizar la no posición de predominio que se derivaría de la fusión, los niveles de desinversión en dichas entidades son elevados y pueden otorgar (durante un período de tiempo) a la entidad resultante una posición que sea contraria a la letra y espíritu de los estatutos de las distintas sociedades. De esta manera, el compromiso tiene un alcance adicional al previsto en los distintos estatutos y pactos de accionistas, asegurando que la entidad resultante no ejerza en ningún caso los derechos de voto asociados a la proporción de capital proveniente de BANKIA en la parte que exceda los límites de participación. Por este motivo la Dirección de Competencia considera que el presente compromiso es una garantía adicional a lo previsto en los estatutos evitando en todo momento que la entidad resultante tenga una influencia decisiva en dichas entidades de gestión de pago.
- (274) Por último, con respecto a la **duración de los compromisos**, esta Dirección de Competencia considera suficientes los plazos propuestos. Es razonable que el compromiso relacionado con las desinversiones de exceso de participaciones estatutarias expire al completarse dichas desinversiones pues la garantía adicional que supone el compromiso pierde su efecto con la propia desinversión del exceso de participación. Con respecto al plazo de 18 meses para el acceso transitorio al parque de cajeros de la entidad, éste se considera un tiempo transitorio suficiente para que las entidades afectadas puedan tener margen para adaptarse a la nueva situación y buscar otras alternativas para sus clientes. Se considera también suficiente que el compromiso relativo a las comunicaciones a clientes expire al cabo de 18 meses, pues es tiempo adecuado para que se hayan producido, de acuerdo con las previsiones aportadas por las notificantes, todos los cambios y éstos hayan sido debidamente comunicados a los clientes según se establece en el compromiso. Finalmente, la duración de 3 años para los compromisos relativos a clientes vulnerables, al mantenimiento de la presencia física de CAIXABANK en determinadas zonas y a las condiciones comerciales ofrecidas en CCPP donde las partes alcanzan una elevada cuota de concentración en sucursales, es también un plazo razonable para ver cómo evolucionan los mercados financieros enfrentados a las rentabilidades decrecientes así como la esperada entrada de las Bigtech y consolidación del fenómeno Fintech en estos mercados.
- (275) Por tanto, esta Dirección de Competencia considera que la propuesta final de compromisos aportados por la notificante en fecha 18 de marzo de 2021 es adecuada, suficiente y proporcionada, y eficaz para resolver adecuadamente

los riesgos a la competencia detectados y directamente derivados de la presente operación de concentración.

X. 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, subordinada al cumplimiento de los compromisos presentados por la notificante en fecha 18 de marzo de 2021, en aplicación del artículo 57.2.b) de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia.

ANEXO I - CÁLCULOS ÍNDICES HHI

CÁLCULO DE HHI A NIVEL NACIONAL:

HHI en 2019	HHI Sucursales	HHI Depósitos	HHI Créditos
HHI prefusión	902,6	1.277,0	1.387,2
HHI con fusión	1.211,5	1.599,7	1.695,1
Delta	308,9	322,8	308,0

CÁLCULO DE HHI A NIVEL PROVINCIAL:

HHI de sucursales después de la fusión y deltas			
Provincia	HHI	DELTA	Criterios <i>Guidelines</i>
Segovia	3174,7	824,9	HHI>2000 & delta>150
Ceuta	2750,0	1000,0	
Gerona	2738,0	313,4	
Granada	2603,9	693,0	
Baleares	2527,2	941,9	
Ávila	2446,6	764,9	
Las Palmas	2446,2	831,4	
Tenerife	2293,4	182,8	
Guadalajara	2288,4	202,8	
Barcelona	2274,7	291,1	
Madrid	2202,8	627,2	
Cantabria	2191,3	155,3	
Jaén	2131,4	246,4	
La Rioja	2105,9	259,7	
Castellón	2099,0	450,0	
Murcia	2090,0	555,2	
Valencia	1989,1	574,7	
Alicante	1702,1	277,6	

HHI de depósitos después de la fusión y deltas			
Provincia	HHI	DELTA	Criterios <i>Guidelines</i>
Ávila	3802,8	649,0	HHI>2000 & delta>150
Segovia	3802,3	559,5	
Gerona	2951,6	309,4	
Ceuta	2359,2	631,6	
Tenerife	2333,8	183,2	
Guadalajara	2268,8	230,0	
Barcelona	2202,9	222,2	
Baleares	2126,7	923,5	
Valencia	2125,4	832,4	
Las Palmas	2081,9	516,2	
Sevilla	2080,5	197,1	
Granada	2000,5	679,6	
Castellón	1728,6	545,8	
Murcia	1650,5	477,2	
La Rioja	1564,7	378,3	
Madrid	1448,3	391,0	
Jaén	1314,9	275,3	
Ciudad Real	1239,4	276,2	

HHI de créditos después de la fusión y deltas			
Provincia	HHI	DELTA	Criterios <i>Guidelines</i>
Segovia	2819,9	651,5	HHI>2000 & delta>150
Ceuta	2757,9	465,2	
Ávila	2411,5	603,7	
Huelva	2353,9	318,2	
Tarragona	2149,6	450,6	
Gran Canaria	2083,3	595,4	
Baleares	2082,2	846,9	
Tenerife	1958,3	374,9	HHI>1000 & delta>250
Gerona	1946,9	476,9	
Lerida	1784,7	260,3	
Sevilla	1683,1	308,6	
Burgos	1640,7	298,5	
Guadalajara	1590,2	279,0	
Granada	1588,0	510,7	
Castellón	1576,2	447,6	
Valencia	1540,1	559,5	
Murcia	1528,6	459,2	
Barcelona	1409,2	287,7	
Jaén	1208,4	258,5	
Madrid	1162,2	371,1	
Ciudad Real	1156,5	330,9	