

INFORME Y PROPUESTA DE RESOLUCIÓN

EXPEDIENTE C/1171/21 BOYACÁ/SGEL

I. ANTECEDENTES

- (1) Con fecha 1 de marzo de 2021 tuvo entrada en la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia notificación de la concentración consistente en la creación de una empresa en participación que estará controlada conjuntamente por las compañías Boyacá, S.L. (“BOYACÁ”) y Sociedad General Española de Librería, Diarios, Revistas y Publicaciones, S.A. (“SGEL”), que asumirá los negocios de las partes relacionados con la distribución de publicaciones periódicas (prensa, revistas y coleccionables) y, en el caso de BOYACÁ, también parte del transporte de este tipo de publicaciones.
- (2) Dicha notificación ha sido realizada por BOYACÁ y SGEL 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 Real Decreto 261/2008, de 22 de febrero, por el que se aprueba el Reglamento de Defensa de la Competencia (RDC).
- (3) En ejercicio de lo dispuesto en los artículos 55.4 y 55.5 de la LDC, la Dirección de Competencia (DC) requirió de los notificantes con fecha 10 de marzo de 2021 información de carácter necesario para la resolución del expediente, suspendiéndose el plazo máximo para dictar resolución.
- (4) Asimismo, en virtud de los artículos 39.1 y 55.6 de la LDC, la DC solicitó información necesaria para la adecuada valoración de la concentración a terceros operadores con fechas 10, 12, 15, 16, 18 y 25 marzo y 5, 6 y 14 de abril de 2021, acordándose la suspensión del plazo, que se acumula a la originada con motivo de la solicitud de información a la parte notificante de fecha 10 de marzo de 2021. El día 28 de abril de 2021 se recibió la última respuesta con lo que se procedió a levantar la suspensión el día 5 de mayo de 2021 con efectos a partir del 29 de abril de 2021.
- (5) La fecha límite para acordar iniciar la segunda fase del procedimiento es el **20 de mayo de 2021**, inclusive. Transcurrida dicha fecha, la operación notificada se considerará tácitamente autorizada.

II. NATURALEZA DE LA OPERACIÓN

- (6) La operación notificada consiste en la creación de una empresa en participación que estará controlada conjuntamente por BOYACÁ y SGEL, que asumirá los negocios de las partes relacionados con la distribución de publicaciones periódicas y, en el caso de BOYACÁ, también parte de transporte de este tipo de publicaciones.
- (7) En concreto, SGEL traspasará a la empresa en participación su negocio de distribución de prensa extranjera, revistas y coleccionables, mientras que BOYACÁ aportará, su

negocio de distribución de publicaciones periódicas (prensa diaria, revistas y coleccionables) y parte de su negocio de transporte de publicaciones periódicas, en particular:

- a) la gestión y ejecución del transporte nacional ligero de publicaciones periódicas¹, mediante la aportación a la empresa conjunta de los contratos por los que el editor encomienda a BOYACÁ dichos servicios.
 - b) la gestión, pero no la ejecución, del transporte nacional pesado, mediante la aportación de los contratos con los editores. Es decir, la empresa en participación organizará el transporte nacional pero, dado que BOYACÁ no le traspasa los vehículos, la primera deberá subcontratar la ejecución material a una empresa de transporte tercera (que será TRANSPORTES BOYACÁ², al menos inicialmente)³.
 - c) la gestión, pero no la ejecución, del transporte local de publicaciones periódicas, mediante la aportación de los contratos de distribución mayorista de publicaciones periódicas concluidos con editores (contratos que incluyen la gestión del transporte local de dichas publicaciones). Es decir y, al igual que las otras distribuidoras, la empresa en participación determinará las rutas, horarios, carga y número de furgonetas a utilizar, pero deberá subcontratar la realización material del transporte a terceros (que será TRANSPORTES BOYACÁ, al menos inicialmente)⁴.
- (8) Quedan fuera de la operación propuesta los negocios de logística para empresas que venden sus productos a través de Internet de cada una de las partes, así como la actividad de edición y distribución mayorista de libros de texto de SGEL y la de transporte de productos distintos a publicaciones periódicas de BOYACÁ.
- (9) La operación se instrumenta a través del Acuerdo Inicial de Integración, de 25 de mayo de 2020, de una primera novación modificativa del mismo, de 20 de octubre de 2020, y de una segunda novación, de 2 de marzo de 2021. Asimismo, las partes han concluido un Pacto de Socios, de 15 de febrero de 2021. Se firmará un Acuerdo Final de Integración.
- (10) De acuerdo con el apartado c) del artículo 7.1 de la LDC, la creación de una empresa en participación se considerará una concentración económica cuando tenga lugar control conjunto y dicha empresa en participación desempeñe de forma permanente las funciones de una entidad económica autónoma. Se analizan estas dos cuestiones a continuación.

¹ Como se explicará posteriormente, el transporte nacional tiene lugar desde el centro de impresión hasta las distribuidoras regionales y el transporte local tiene lugar desde las distribuidoras regionales hasta los puntos de venta. Por otra parte, el transporte pesado se realiza con vehículos de más de 3.500 Kg de Masa Máxima Autorizada (MMA) y es el utilizado principalmente para revistas y coleccionables, mientras que el transporte ligero se realiza con furgonetas (menos de 3.500 kg de MMA) y es el utilizado principalmente para periódicos.

² Transportes Boyacá, S.L.U. es la empresa del Grupo Boyacá encargada de las actividades de transporte.

³ Esta relación comercial con TRANSPORTES BOYACÁ se explica más adelante, en el apartado de análisis de plenas funciones.

⁴ Esta relación comercial con TRANSPORTES BOYACÁ se explica más adelante, en el apartado de análisis de plenas funciones.

II.1. Existencia de control conjunto

- (11) La Comunicación consolidada de la Comisión sobre cuestiones jurisdiccionales en materia de competencia, realizada de conformidad con el Reglamento (CE) nº 139/2004 del Consejo sobre control de concentraciones entre empresas (2008/C 95/01), párrafo 62, establece que: *“Existe control conjunto cuando dos o más empresas o personas tienen la posibilidad de ejercer una influencia decisiva sobre otra empresa. En este contexto, «influencia decisiva» significa la capacidad de bloquear acciones que determinan la estrategia competitiva de una empresa.”*
- (12) Asimismo, la citada Comunicación en su apartado 64 señala que: *“La forma más clara de control conjunto se da cuando hay solo dos empresas matrices que se reparten a partes iguales los derechos de voto de la empresa en participación (...) estableciendo, por ejemplo, que cada una de ellas tiene derecho al mismo número de representantes en los órganos de administración y que ningún miembro posee un voto de calidad. También hay igualdad cuando ambas empresas tienen derecho a designar un número igual de miembros en los órganos decisorios de la empresa en participación.”*
- (13) La participación de cada una de las partes en la nueva empresa no ha sido concretada (de acuerdo con la información provista hasta el momento por las partes, oscilará alrededor del [...] % para BOYACÁ y el [...] % para SGEL). Sin embargo, de conformidad con la cláusula [...] del Pacto de Socios, las dos partes tendrán derecho a nombrar cada una a [...] de los [...] miembros del Consejo de Administración de la empresa en participación. Asimismo, la cláusula [...] del Pacto de Socios establece que cada miembro del Consejo de Administración tendrá un voto, y para la adopción de todos los acuerdos se requerirá el voto favorable de al menos [...] consejeros, salvo que legalmente se exija una mayoría superior. Además, de conformidad con la citada cláusula y la cláusula [...] de dicho Pacto, la aprobación del [...] requerirán el voto a favor de al menos [...] consejeros.
- (14) Por otra parte, la cláusula [...] del Pacto de Socios establece que para la adopción de determinados acuerdos de la Junta de Socios se requerirá un porcentaje tal que sea necesario el consenso de ambas partes. Entre las materias que requerirán este consenso entre las partes en la Junta de Socios se encuentran [...] ⁵.
- (15) Finalmente, la cláusula [...] del Pacto de Socios establece que dicho Pacto queda automáticamente extinguido si cualquiera de los socios alcanza una participación superior o igual al [...] en el capital de la empresa en participación. Si bien la participación de las partes todavía no se ha concretado, el entendimiento declarado de las partes en este momento es que ninguna de ellas alcance dicho umbral.
- (16) En virtud de todo lo anterior cabe concluir que, de acuerdo con la información facilitada por las notificantes, las partes ostentarán el control conjunto de la empresa en participación.

II.2. Plenas funciones de la empresa en participación

⁵ [...]

- (17) De acuerdo con la mencionada Comunicación consolidada (apartado 92), en el caso de empresas de nueva creación, el criterio de plenas funciones es determinante para analizar si se produce una concentración: *“ El artículo 3, apartado 4, dispone además que la creación de una empresa en participación que realice con carácter permanente todas las funciones de una entidad económica autónoma (las denominadas empresas en participación con plenas funciones) constituirá una concentración con arreglo al Reglamento de concentraciones. El criterio de plenas funciones delimita, por tanto, la aplicación del Reglamento de concentraciones en el caso de creación de empresas en participación por las partes, independientemente de si tal empresa en participación se crea a partir de cero o si las partes aportan a la empresa en participación activos que anteriormente poseían individualmente. En estas circunstancias, la empresa en participación debe cumplir el criterio de plenas funciones para constituir una concentración ”*
- (18) A estos efectos, la referida Comunicación consolidada fija cuatro criterios para analizar si una sociedad tiene plenas funciones: la sociedad debe disponer de recursos suficientes para funcionar de manera independiente en el mercado, debe desempeñar actividades que vayan más allá de realizar una función concreta para sus matrices, debe ser independiente de sus matrices en sus políticas de compras y ventas y debe tener una vocación de permanencia.
- (19) Con respecto a los recursos para funcionar independientemente en el mercado y a no limitarse a realizar funciones auxiliares para sus matrices, BOYACÁ y SGEL aportarán a la empresa en participación la totalidad de sus negocios de distribución de publicaciones periódicas y, en el caso de BOYACÁ, también parte del negocio de transporte de publicaciones periódicas. El objetivo de estas aportaciones es dotar a la empresa en participación de los activos, clientela, personal y recursos económicos y financieros necesarios para operar de forma independiente en el mercado. Adicionalmente, según la cláusula [...] del Acuerdo Inicial de Integración, se prevé que la empresa en participación se financiará por sus propios medios o con financiación externa.
- (20) Con respecto a la política de suministros y de ventas, no se prevé que la empresa en participación vaya a mantener relaciones de compraventa significativas con las partes. Las relaciones comerciales que prevén mantener, consisten en:
- a) la prestación por parte de TRANSPORTES BOYACÁ a la empresa en participación de servicios de (i) transporte nacional pesado (revistas y coleccionables), y (ii) transporte local de todas las publicaciones periódicas.
 - i. Según el Acuerdo Inicial de Integración, TRANSPORTES BOYACÁ prestará a la empresa en participación los servicios de transporte nacional pesado cuya distribución o transporte nacional hubiera sido encomendada a algunas de las partes mientras continúe la vigencia de dichos contratos, [...]. Una vez finalicen los contratos existentes, la empresa en participación podrá subcontratar la ejecución del transporte a un tercero, si bien

TRANSPORTES BOYACÁ mantendrá la consideración de contratista preferente⁶.

- ii. Según el acuerdo Inicial de Integración, TRANSPORTES BOYACÁ prestará a la empresa en participación los servicios de transporte local de publicaciones periódicas durante un periodo de [<5] años en aquellas plazas en las que las distribuidoras regionales contrataban esta actividad con TRANSPORTES BOYACÁ, [...]. Vencido este plazo, la empresa en participación podrá subcontratar la ejecución del transporte a un tercero, si bien TRANSPORTES BOYACÁ mantendrá la consideración de contratista preferente.

Ahora bien, según declaran los notificantes, el transporte pesado resulta residual, no superando el [...] % del volumen de negocio de las empresas implicadas.

- b) la empresa en participación podrá utilizar servicios informáticos y de gestión administrativa de SGEL. Sin embargo, ello tendrá lugar en tanto no se produzca la migración definitiva a sistemas propios, esto es, la etapa inicial de actividad de la empresa en participación, cuya duración sería [<5]. Este acuerdo todavía no está formalizado.
 - c) la empresa en participación podrá arrendar espacios de almacén a TRANSPORTES BOYACÁ y a SGEL, así como ofrecer servicios de recogida de paquetes devueltos a CELERITAS⁷. Sin embargo, este servicio se realizaría de manera esporádica y en condiciones de mercado. Este acuerdo todavía no está formalizado.
- (21) Con respecto a la vocación de permanencia, las partes prevén un funcionamiento de la empresa en participación en el mercado de forma permanente. Las partes añaden que el Pacto de Socios se suscribe con duración indefinida (sin perjuicio de las cláusulas de resolución) [...].
- (22) Teniendo en cuenta todo lo anterior y atendiendo a la información proporcionada por la notificante, la empresa conjunta puede considerarse una empresa con plenas funciones y, por tanto, se trata de una concentración económica conforme a lo dispuesto en el artículo 7.1.c) de la LDC.

III. RESTRICCIONES ACCESORIAS

III.1. Cláusula de no competencia

- (23) La estipulación [...] de la Novación que modifica la estipulación [...] del Acuerdo de Integración de “No competencia” establece que las Partes y sus socios o accionistas

⁶ Adicionalmente, las partes declaran que TRANSPORTES BOYACÁ no podrá continuar actuando a título individual en el mercado de transporte nacional pesado de publicaciones periódicas, ni podrá prestar servicios de transporte nacional pesado de publicaciones periódicas a terceros. En particular, Transportes Boyacá únicamente podrá llevar a cabo aquellas actividades de transporte nacional pesado de publicaciones periódicas que la empresa en participación subcontrate con esta entidad, no pudiendo ofrecer sus servicios como operador independiente en el mercado. Por otra parte, Transportes Boyacá podrá llevar a cabo actividades de transporte nacional de mercancías distintas de publicaciones periódicas.

⁷ Celeritas Transporte y Logística, SL es la filial de SGEL que presta servicios logísticos para el comercio electrónico.

de control en el sentido de la normativa de competencia no podrán competir directa o indirectamente con la empresa en participación, en la totalidad del territorio nacional, en las actividades de distribución y transporte de publicaciones periódicas, en los términos siguientes.

- (24) En primer lugar, no podrán competir en distribución de publicaciones periódicas, así como de cualesquiera otros productos que los editores de publicaciones periódicas determinaran distribuir, o cualquier otro producto, sea cual sea su naturaleza, con destino a su venta en puntos de venta de publicaciones periódicas. En todo caso, quedarán excluidas de este compromiso de no competencia las actividades de las filiales CELERITAS y YUPICK!⁸.
- (25) En segundo lugar, no podrán competir en transporte de publicaciones periódicas. En particular, no podrán competir en i) la gestión y ejecución del transporte nacional ligero de publicaciones periódicas, ii) la gestión del transporte nacional pesado de publicaciones periódicas (se excluye de esta obligación de no competencia la ejecución material de este tipo de transporte, que será contratada por la empresa en participación a TRANSPORTES BOYACÁ, como ya se ha mencionado anteriormente) y iii) la gestión del transporte local de publicaciones periódicas (se excluye de esta obligación de no competencia la ejecución material de este tipo de transporte para distribuidoras no controladas por las partes⁹ y para la empresa en participación, que contratará a TRANSPORTES BOYACÁ, como ya se ha mencionado anteriormente).
- (26) Estos compromisos de no competencia se mantendrán en vigor durante el tiempo en que las partes sean socios de control de la empresa en participación, así como durante los [<3] años siguientes tras la terminación del Acuerdo Inicial de Integración o el Pacto de Socios [...].

III.2. Cláusula de no captación

- (27) De conformidad con la cláusula [...] del Acuerdo de Integración, las Partes y sus socios o accionistas de control en el sentido de la normativa de competencia no podrán contratar ni hacer que se contrate, directa o indirectamente, a cualesquiera personas que fueran empleados de la empresa en participación o que lo hubieran sido durante los seis meses anteriores.
- (28) Esta obligación de no captación se mantendrá en vigor durante el tiempo que las partes sean socios de control en el sentido de la normativa de competencia y durante los [<3] años siguientes a la terminación del Acuerdo de Integración o del Pacto de Socios y siempre y cuando la entidad resultante continúe desarrollando el negocio activamente.

III.3. Obligación de suministro

- (29) La estipulación segunda de la Novación que modifica la cláusula [...] del Acuerdo de Integración de “No competencia” establece las ya mencionadas obligaciones para la

⁸ Yupick Logística y Servicios SL es la empresa del Grupo BOYACÁ que presta servicios logísticos para el comercio electrónico.

⁹ [...]

empresa en participación de contratar con TRANSPORTES BOYACÁ los siguientes servicios:

- a) la ejecución material del transporte pesado de publicaciones, para dar continuidad a los contratos vigentes. TRANSPORTES BOYACÁ deberá [...]. Esta obligación de suministro se establece hasta el vencimiento de los contratos vigentes de las partes.
 - b) la ejecución material del transporte local publicaciones periódicas. TRANSPORTES BOYACÁ [...]. Esta obligación de suministro se establece por un período de [<5] años tras el cierre de la operación.
- (30) Asimismo, el Acuerdo de Integración designa a TRANSPORTES BOYACÁ como contratista preferente para la prestación de servicios de transporte pesado y el transporte local de publicaciones periódicas tras el vencimiento de los contratos y plazos referidos en párrafos anteriores. En este sentido, TRANSPORTES BOYACÁ tendrá derecho a igualar las condiciones de precio y calidad del servicio ofrecidas por un tercero para la prestación de servicios de transporte pesado y transporte local de publicaciones y, en ese caso, tendría la condición de proveedor preferente.

III.4. Otros acuerdos previstos

- (31) Las notificantes informan asimismo de posibles acuerdos adicionales entre las partes y la nueva empresa que no están formalizados ni constan en el Acuerdo Inicial de Integración o sus novaciones:
- a) la empresa en participación podrá utilizar servicios informáticos y de gestión administrativa de SGEL. Sin embargo, ello tendrá lugar en tanto no se produzca la migración definitiva a sistemas propios, esto es, la etapa inicial de actividad de la empresa en participación, cuya duración sería [<5] año.
 - b) la empresa en participación podrá arrendar espacios de almacén a TRANSPORTES BOYACÁ y a SGEL, así como ofrecer servicios de recogida de paquetes devueltos a CELERITAS. Sin embargo, este servicio se realizará de manera esporádica y en condiciones de mercado.

III.5. Valoración

- (32) El artículo 10.3 de la LDC, establece que *“en su caso, en la valoración de una concentración económica podrán entenderse comprendidas determinadas restricciones a la competencia accesorias, directamente vinculadas a la operación y necesarias para su realización”*.
- (33) La Comunicación de la Comisión Europea sobre las restricciones directamente vinculadas a la realización de una concentración y necesarias a tal fin (2005/C 56/03) considera que una cláusula inhibitoria de la competencia entre una empresa en participación y sus matrices *“puede considerarse directamente vinculada a la realización de la concentración y necesaria a tal fin si corresponde a los productos, servicios y territorios cubiertos por la empresa en participación. (...) en la medida en que no tengan una duración superior a la de la propia empresa en participación”*. La

restricción debe estar directamente relacionada con el acuerdo principal, ser necesaria y proporcionada.

- (34) En efecto, el ámbito de aplicación material y geográfico de esta cláusula se limita a las actividades de distribución mayorista y transporte de publicaciones periódicas en el territorio nacional, circunscrito exclusivamente al negocio aportado por las Partes a la empresa en participación y previamente desarrollado individualmente por cada una de ellas. No obstante, teniendo en cuenta la legislación, así como la citada Comunicación, en particular su párrafo 36, se considera que, en relación a la duración de la cláusula de no competencia, toda limitación que exceda la duración de la propia empresa en participación no tendrá la consideración de restricción necesaria y accesoria para la operación y, por tanto, quedará sujeta a la normativa general aplicable a los acuerdos entre empresas.
- (35) En relación a las cláusulas de no captación, la Comunicación aclara que estas cláusulas y las cláusulas de confidencialidad, se evalúan de forma similar a los pactos inhibitorios de la competencia. En consecuencia, en relación a la cláusula de no captación, toda limitación que exceda la duración de la propia empresa en participación no tendrá la consideración de restricción necesaria y accesoria para la operación y, por tanto, quedará sujeta a la normativa general aplicable a los acuerdos entre empresas.
- (36) En relación a la obligación de suministro, de acuerdo con la Comunicación, los acuerdos de servicios y distribución son equivalentes en cuanto a sus efectos a los contratos de suministro, por lo que son de aplicación las mismas consideraciones. En cuanto a su finalidad, recoge que *“para hacer posible la parcelación de esta unidad económica y el traspaso parcial de los activos al comprador en condiciones razonables, con frecuencia se han de mantener entre el vendedor y el comprador, al menos durante un período transitorio, los vínculos existentes u otros similares (...) Sin embargo, la duración de las obligaciones de compra y suministro ha de limitarse al tiempo necesario para sustituir la relación de dependencia por una situación de autonomía en el mercado”*, especificando que *“pueden justificarse durante un período de transición máximo de cinco años”* (párrafos 33 y 35).
- (37) La prestación de servicios de ejecución material de transporte estaría limitada a [<5] años, en el caso del transporte local, y a la duración de los contratos vigentes, en el caso del transporte pesado. En ambos casos, una vez transcurrido dichos plazos, se establece para TRANSPORTES BOYACÁ la condición de proveedor preferente.
- (38) En este sentido, la Comunicación establece que *“las obligaciones relativas al suministro de cantidades ilimitadas, que establezcan la exclusividad o confieran la condición de proveedor o comprador preferente no son necesarias para la realización de la concentración”*. En consecuencia, teniendo en cuenta la legislación, así como la citada Comunicación, se considera que el contenido de la cláusula de obligación de suministro de transporte no tendrá la consideración de restricción necesaria y accesoria para la operación en la medida que su duración exceda de los cinco años, que su alcance suponga la provisión ilimitada de servicios y que se otorga a TRANSPORTES BOYACÁ la calidad de proveedor preferente y, por tanto, quedará sujeta a la normativa general aplicable a los acuerdos entre empresas.

- (39) En relación a los posibles acuerdos todavía no formalizados (suministros informáticos y arrendamientos), la DC no dispone de información para valorar la necesidad y accesoriadad de los mismos. No obstante, en todo lo que quedase fuera de lo establecido en la Comunicación, no se considerarían necesarios ni accesorios a la realización de la operación y quedarían sujetos a la normativa sobre acuerdos entre empresas.
- (40) En conclusión y, teniendo en cuenta la legislación y los precedentes nacionales y comunitarios, así como la Comunicación de la Comisión sobre las restricciones directamente vinculadas a la realización de una concentración y necesarias a tal fin (2005/C 56/03), se considera, sin perjuicio de un análisis posterior adicional, que, en el presente caso se consideran restricciones necesarias y vinculadas a la operación los Pactos de no competencia y no captación mientras dure la empresa en participación y los acuerdos de suministro de servicios hasta los cinco años. No obstante, quedan fuera de esta autorización y sujeta a la normativa de acuerdos sobre empresas todo lo que exceda esta duración así como las obligaciones de suministro en condiciones de proveedor preferente.

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

- (41) La operación es una concentración económica conforme a lo dispuesto en el artículo 7.1.c) de la LDC.
- (42) 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 el volumen de negocios total a escala mundial realizado por las dos empresas no supera los 2.500 millones de euros.
- (43) La operación notificada cumple, sin embargo, los requisitos previstos por la LDC para su notificación, al superarse los umbrales establecidos en el artículo 8.1. a) y b) de la misma.

V. EMPRESAS PARTICIPES

V.1. BOYACÁ, S.L. (BOYACÁ)

- (44) BOYACÁ es la sociedad matriz del Grupo Boyacá, grupo logístico y de transporte de mercancía por carretera a nivel nacional. BOYACÁ presta servicios de transporte y distribución de publicaciones periódicas (prensa, revistas y coleccionables), así como servicios de transporte de productos de papel, farmacéuticos, sanitarios, repuestos, piezas de recambio para automóviles y otras mercancías.
- (45) BOYACÁ se estructura en tres grandes empresas: TRANSPORTES BOYACÁ, DISTRIBUCIONES GENERALES BOYACÁ y BOYACÁ SERVICIOS CORPORATIVOS. TRANSPORTES BOYACÁ controla algunas filiales de logística (por ejemplo, YUPICK!) y ostenta participaciones minoritarias en otras¹⁰. Como resultado de la operación C/0508/13 BOYACÁ-REDPRENSA-RDE, la sociedad DISTRIBUCIONES

¹⁰ Rodingpress, S.L., Itacsa Transporte Urgente, S.L.

GENERALES BOYACÁ ostenta participaciones de control en distintas distribuidoras regionales¹¹ y de no control en otras¹².

- (46) La propiedad de BOYACÁ corresponde a tres particulares, uno de ellos ostentando el [...] % de la misma¹³.
- (47) La facturación de BOYACÁ en el último ejercicio económico, conforme al Art. 5 del RDC es, según la notificante, la siguiente:

VOLUMEN DE NEGOCIOS DE BOYACÁ EN 2020 (millones de euros)		
MUNDIAL	UE	ESPAÑA
[<2.500]	[>250]	[>60]

Fuente: notificación

V.2. Sociedad General Española de Librería, Diarios, Revistas y Publicaciones, S.A. (SGEL)

- (48) SGEL es la sociedad cabecera de un grupo de empresas activas en la distribución de publicaciones periódicas no diarias (revistas y coleccionables), de prensa internacional y de libros. Asimismo, SGEL también está activa en la prestación de servicios logísticos para terceras empresas que venden productos por internet y en la edición de libros, principalmente orientados a la enseñanza del español como lengua extranjera¹⁴.
- (49) En marzo de 2019, SGEL adquirió una participación del [...] % en Distribuidora Simó Publicaciones, S.L. Esta compañía opera en el sector de la distribución editorial en la provincia de Vizcaya. Adicionalmente, entre noviembre de 2017 y octubre de 2019, SGEL ha adquirido algunos activos y fondo de comercio de empresas activas en la distribución editorial que operan a nivel provincial¹⁵.
- (50) El capital social de SGEL se encuentra bajo titularidad de dos sociedades: Iberian Logistics Holdings, S.C.A. [...] y Palma Directorship, S.L. [...]. La primera ostenta el control exclusivo sobre SGEL¹⁶.

¹¹ En concreto: Distribuidora de Publicaciones Boreal, S.L. (BOREAL), Cirpress, S.L. (CIRPRESS), Distribuciones Papiro, S.L. (PAPIRO), Aldipren, S.L. (ALDIPREN), Distritoledo, S.L. (DISTRITOLEDO), Distrimedios, S.L. (DISTRIMEDIOS), Gelesa Gestión Logística, S.L. (GELESA), Valdisme, S.L. (VALMISE), Prensa Distribución Abulense, S.L. (PREDASA) y sus respectivas sociedades participadas, (conjuntamente, las "DISTRIBUIDORAS CONTROLADAS"). Las DISTRIBUIDORAS CONTROLADAS realizan servicios logísticos relacionados con la distribución mayorista de publicaciones periódicas en determinados ámbitos geográficos

¹² En concreto: Dirpubli, S.L., Beralán, S.L., Distribuidora de Aragón, S.L., Distrisoria Publicaciones y Distribución, S.L., Valdebro Publicaciones, S.A., Servicios de Reparto y Distribución, S.L., Distribuidora Tarraconense de Publicaciones, S.L., Grup Logístic Vilarroya, S.L., Dispública, S.L., Marina BCN Distribucions, S.L., Segre Distribucions de Premsa, S.L., Xarxa de Distribució Editorial Madriu, S.A., Distribuidora Lleidetana de Publicacions, S.L., Distribución de Publicaciones S.XXI Guadalajara, S.L., e Iberpress España, S.L.

¹³ [...]

¹⁴ En 2014 SGEL cesó su actividad de explotación de librerías y puntos de venta de prensa.

¹⁵ Concretamente en Ibiza (Eloy Serrano, S.A.) Zamora (Distribuidora Gema 2000, S.L.) y Palencia (Merino Abia, S.L.), así como a nivel nacional en la distribución de libros (Logintegral 2000, S.A.).

¹⁶ A su vez, Iberian Logistics Holding está controlada por Iberian Logistics Management, propiedad del particular [...].

- (51) La facturación de SGEL en el último ejercicio económico, conforme al Art. 5 del RDC es, según la notificante, la siguiente:

VOLUMEN DE NEGOCIOS DE SGEL EN 2020 (millones de euros)		
MUNDIAL	UE	ESPAÑA
[<2.500]	[>250]	[>60]

Fuente: notificación

VI. MERCADOS RELEVANTES

VI.1. Mercados de producto

- (52) La operación de concentración afecta al sector de la distribución mayorista de mercancías, que incluye las actividades propiamente logísticas (recogida, recepción del producto, preparación de pedidos, carga en el vehículo para su transporte y entrega) y el transporte de la mercancía. Precedentes nacionales¹⁷ y comunitarios¹⁸ han considerado que estas actividades pertenecen a mercados separados.
- (53) Adicionalmente, dentro de cada actividad (logística y transporte) en ocasiones se plantea una cierta especialización en función de los sectores de la demanda y de los productos manejados y transportados (en razón a la naturaleza perecedera del producto o a su manejo técnico, peculiaridades sanitarias o de seguridad, etc.).
- (54) En particular, la autoridad de competencia ha tenido ya ocasión de analizar, en el precedente C/0508/13 BOYACÁ/REDPRENSA/RDE, el mercado de la distribución mayorista de publicaciones periódicas, distinguiéndolo de otros servicios de distribución mayorista, en razón de sus especificidades logísticas (elevada frecuencia, rutas fijas, devoluciones, etc.).
- (55) Esta distribución mayorista de publicaciones periódicas engloba todas las actividades realizadas directamente o a través de terceros subcontratados que permiten que estos productos publicados por los grupos editoriales lleguen a la distribución minorista, para su posterior venta al consumidor final. De acuerdo con el mencionado precedente se pueden distinguir tres fases a lo largo esta cadena de valor:
- La primera fase es el transporte nacional¹⁹ (desde el centro de impresión a la distribuidora regional), actividad que suele ser contratada directamente por el editor a una empresa de transportes, sin vinculación a un contrato de distribución²⁰.

¹⁷ Informe propuesta segunda fase C/0508/13 BOYACÁ/REDPRENSA/RDE; SDC N-06084 Logista Publicaciones/Grupo F.Sabaté/Distribarna/Sade/Catalunya 2/Control; SDC N-05108 Tnt/Trespertrans; SDC N-07081 Schenker/Spain Tir;

¹⁸ COMP/M.1895 Ocean Group/Exel; M.3496 Tnt Forwarding Holding/Wilson Logistics

¹⁹ También denominado arrastre.

²⁰ Algunos editores de revistas, sin embargo, también externalizan la contratación del transporte nacional a la distribuidora.

- b) La segunda fase comprende la actividad logística, en la que la distribuidora mayorista recibe y prepara las distintas publicaciones periódicas para su transporte a los puntos de venta.
 - c) La última fase abarca el transporte local (desde la distribuidora regional al punto de venta y a la inversa para las devoluciones) que suele ser gestionado por la distribuidora utilizando sus propios medios o subcontratando con autónomos.
- (56) A los efectos del presente expediente y al igual que el citado precedente, la primera fase será considerada como mercado de transporte nacional de publicaciones periódicas; mientras que la segunda y tercera fase se pueden considerar como parte de un mismo mercado de producto, el mercado de distribución mayorista de publicaciones periódicas.
- (57) Se considera que no tiene sentido separar el transporte local de publicaciones periódicas de la actividad de logística relacionada con la distribución mayorista de dichas publicaciones, ya que, según indican los notificantes y en línea con los precedentes, son las propias distribuidoras regionales las que adoptan las decisiones relacionadas con la contratación del transporte local.
- (58) La distribución mayorista de publicaciones periódicas está verticalmente relacionada con los mercados de edición de publicaciones periódicas y de distribución minorista de publicaciones periódicas.
- (59) En lo que se refiere a los editores de publicaciones periódicas, los distribuidores mayoristas actúan como oferentes de servicios de distribución mayorista a estos editores, intermediando para que los ejemplares físicos publicados lleguen a los puntos de venta donde son adquiridos por los consumidores finales.
- (60) En lo que respecta a los puntos de venta, los distribuidores mayoristas actúan como demandantes de los servicios de distribución minorista de estos puntos de venta, que son quienes posibilitan que la publicación periódica distribuida pueda ser adquirida por el consumidor final.
- (61) No se consideran mercados relevantes los que comprenden las actividades de edición y distribución minoristas de publicaciones periódicas. Todo ello sin perjuicio de que la operación de concentración podría generar efectos restrictivos de la competencia que podrían incidir tanto en editores como distribuidores minoristas de publicaciones periódicas.
- (62) A continuación se va a proceder a analizar con mayor profundidad la delimitación de los mercados de distribución mayorista de publicaciones periódicas y de transporte nacional de publicaciones periódicas.

VI.1.1. Mercado de distribución mayorista de publicaciones periódicas

- (63) Este mercado abarca la segunda y tercera fase de la cadena de distribución de publicaciones periódicas, esto es, servicios de distribución y de transporte local respectivamente. Los servicios de distribución o logísticos incluyen la definición de tiradas por provincias, el seguimiento de ventas por puntos de venta, el almacenamiento de las publicaciones, la preparación de paquetes, la gestión de las devoluciones, la

gestión de los pagos y cobros a los puntos de venta o la subcontratación del transporte local.

- (64) En cuanto al transporte local, éste puede ser realizado por la propia distribuidora o subcontratado. En el caso de BOYACÁ, en la mayoría de plazas en que controla una distribuidora regional, dicha distribuidora contrata el transporte local con TRANSPORTES BOYACÁ, quien a su vez subcontrata a transportistas autónomos (empresarios individuales) para la realización de esta actividad. La única excepción a ello son las provincias de [...], en las que por razones históricas es la propia distribuidora regional quien contrata directamente con transportistas autónomos.
- (65) En el precedente C/0508/13 BOYACÁ/REDPRENSA/RDE ya se destacaron los motivos para delimitar un mercado específico para la distribución mayorista de publicaciones periódicas.
- (66) En primer lugar, esta distribución, especialmente en prensa diaria, tiene unas características propias, en términos de frecuencia, uso de horarios nocturnos y reparto en días de fiesta o gestión de la devolución de invendidos.
- (67) En segundo lugar, existen barreras de entrada al mercado, derivadas de los contratos de exclusividad entre algunas editoriales y distribuidoras y de las economías de escala. Efectivamente, los precedentes²¹ han puesto de manifiesto la importancia de las economías de escala, especialmente en el segmento de prensa diaria, lo que dificulta la entrada de operadores a este mercado si no se tiene un volumen mínimo de ejemplares para distribuir. Este aspecto ha sido destacado por varios de los operadores consultados.
- (68) Por el contrario, sí resulta más factible que empresas dedicadas a la distribución de diarios que cuentan con una infraestructura para hacer frente a los exigentes requisitos de la distribución de este tipo de publicaciones, diversifiquen su negocio distribuyendo otro tipo de productos, como de hecho está sucediendo como confirma no solo la notificante sino también otros operadores consultados, introduciendo la distribución de productos atípicos (juguetería de pequeño tamaño, tarjetas, papelería,) y los servicios de logística para el comercio electrónico a los puntos de venta de publicaciones periódicas.
- (69) Existe, por tanto, una sustituibilidad por el lado de la oferta asimétrica que solo funciona en un sentido. De esta manera, los distribuidores de otros productos no ejercen una presión competitiva significativa sobre la entidad resultante de la operación de concentración notificada, por lo que, no procede delimitar un mercado de producto amplio de distribución mayorista que englobase las publicaciones periódicas y otros productos.
- (70) Por otro lado, en los mencionados precedentes se desglosó el mercado de distribución en función del tipo de publicación periódica, delimitándose dos mercados: el mercado de prensa diaria y el mercado de revistas y coleccionables. El motivo es la diferente frecuencia de reparto (diaria para la prensa y semanal o inferior para las revistas) y el

²¹ Resolución del Consejo de la CNC de 10 de junio de 2009, C/0119/08 Distirutas/Gelesa/Logintegral/Siglo XXI, Expediente C/42/99 Midesa/Logista, y C/0508/13 BOYACÁ/REDPRESNA/RDE

distinto calendario y horario de reparto (los diarios se reparten los días festivos y en horario nocturno, no necesariamente así en el caso de las revistas), implicando unos costes de distribución distintos, que se reflejan en unos esquemas tarifarios también propios en cada segmento.

- (71) El precedente tuvo en cuenta que existe una sustituibilidad asimétrica entre la distribución mayorista de prensa diaria y la de revistas y coleccionables, en la medida que para un operador de distribución mayorista de prensa diaria es mucho más fácil comenzar a distribuir revistas que a la inversa, dado que la distribución mayorista de revistas y coleccionables tiene menores exigencias en cuanto a horarios e inmediatez en la distribución de los ejemplares.
- (72) De acuerdo con estos precedentes y también con lo expresado por las notificantes, a efectos de la presente operación cabe mantener esta segmentación, delimitándose dos mercados: (i) el mercado de distribución mayorista de prensa diaria y (ii) el mercado de distribución mayorista de revistas y coleccionables.

VI.1.2. Mercado de transporte nacional de publicaciones periódicas

- (73) Tal y como se ha señalado, el mercado de transporte nacional de publicaciones periódicas abarca la primera fase de las actividades de transporte y distribución de publicaciones periódicas: el transporte de las publicaciones desde el centro de impresión a la distribuidora regional.
- (74) Según las notificantes, dentro del transporte nacional de publicaciones periódicas se puede diferenciar en función de los vehículos utilizados para la realización de este transporte. De esta forma, el transporte nacional de revistas y coleccionables se considera transporte nacional pesado (por llevarse a cabo por vehículos de más de 3.500 kg de MMA, esto es, camiones), mientras que el transporte nacional de prensa diaria se considera transporte nacional ligero, al efectuarse a través de medios más pequeños (vehículos de menos de 3.500 kg de MMA, esto es, furgonetas).
- (75) BOYACÁ realiza el transporte nacional de un gran número de publicaciones periódicas²², por lo que se trata de un mercado verticalmente relacionado con el mercado de distribución mayorista de publicaciones periódicas (que, como se ha señalado comprende el transporte local). El transporte nacional pesado (camiones) dedicado a revistas y otras publicaciones no diarias lo realiza en parte con medios propios, y el transporte nacional ligero (furgonetas) dedicado a prensa diaria, es subcontratado en su totalidad con transportistas autónomos o agrupaciones de transportistas.
- (76) De acuerdo con el precedente C/0508/13 BOYACÁ-REDPRENSA-RDE, el transporte nacional de publicaciones periódicas, por motivos de sustituibilidad por el lado de la oferta, previsiblemente forma parte de un mercado de producto más amplio de transporte nacional por carretera de todo tipo de productos, en el que la presencia de BOYACÁ es poco significativa y se situaría por debajo del [0-10%]

²² Según las estimaciones de los notificantes BOYACÁ realiza el transporte nacional del [40-50]% de publicaciones de prensa diaria y del [70-80]% de publicaciones de revistas en 2019.

- (77) No obstante, en el presente expediente, se analizará el mercado de transporte nacional de publicaciones periódicas como mercado de producto diferenciado, por estar verticalmente relacionado con los mercados de distribución mayorista de publicaciones periódicas, sin perjuicio de que la delimitación exacta de este mercado pueda variar una vez que se profundice en el análisis de la operación notificada.

VI.2. Mercados geográficos

- (78) En relación con los mercados de distribución mayorista de publicaciones periódicas, el precedente C/0508/13 BOYACÁ-REDPRENSA-RDE concluyó que éstos tienen una dimensión regional-local. Se apoyó en que muchas distribuidoras tienen un ámbito de operaciones regional-local, por razones de coste o de organización de rutas, y en que los puntos de venta se ven muy condicionados por el número de distribuidoras mayoristas que cuentan efectivamente con una red de distribución en la provincia en que se sitúan.
- (79) El precedente destacó también que esta regionalización no desaparecía totalmente con la adquisición por parte de BOYACÁ de varias distribuidoras regionales, dado que subsistían en muchas zonas distribuidoras regionales. Asimismo, señaló que incluso las distribuidoras de mayor implantación territorial, como SGEL, siguen sin tener red propia en algunas zonas y siguen necesitando contratar a distribuidoras regionales en dichas zonas.
- (80) En el marco del presente expediente, las partes entienden que el mercado de distribución mayorista de publicaciones periódicas tiene una dimensión nacional. En este sentido, las notificantes declaran que SGEL dispone de una estructura en la que la toma de decisiones se efectúa a nivel nacional, mientras que BOYACÁ, a raíz de las mencionadas adquisiciones, pasó a tener una presencia en el sector en todo el territorio nacional. No obstante, reconocen que existen distintas distribuidoras a nivel regional.
- (81) Las notificantes también alegan que parte de los contratos alcanzados con los editores son de ámbito nacional. Por un lado, algunos editores de revistas (aquellos con elevado número de referencias pero limitadas ventas en cada una de ellas) contratan servicios de distribución a nivel nacional, esto es, la distribuidora se encarga del transporte nacional, de la decisión de reparto entre provincias, de la gestión centralizada a nivel nacional de la facturación y las devoluciones y de buscar una distribuidora regional en cada una de las regiones.
- (82) Por otro lado, los grandes editores de prensa diaria de ámbito nacional, aunque contraten el transporte nacional de manera separada, suelen estar interesados en contratar la distribución regional de sus publicaciones en todas las regiones con un solo operador (aunque este operador deberá subcontratar a distribuidoras regionales en las zonas en las que no ha desplegado su propia red). Esta preferencia ha sido confirmada por la consulta realizada a los editores.
- (83) La DC considera, por una parte, que la situación del mercado no ha variado sustancialmente respecto al mencionado precedente. La gran mayoría de distribuidoras sigue teniendo un ámbito de actuación regional: según las propias notificantes, de las 39 distribuidoras existentes solo BOYACA, SGEL y, en menor medida y sólo para revistas, LOGISTA, pueden ofrecer servicio a nivel nacional. Además, todas las

distribuidoras consultadas que se han pronunciado a este respecto han calificado de inviable la expansión a otras provincias por los costes implicados.

- (84) En vista de lo anterior, a efectos de este expediente, se considera que los mercados de distribución mayorista de publicaciones periódicas tienen dimensión primordialmente regional-local, aunque también será necesario tener en cuenta el componente nacional.
- (85) A este respecto, y en línea con los precedentes citados en la notificación, las regiones quedan delimitadas por el ámbito de operación de las distribuidoras regionales controladas por BOYACÁ o subcontratadas por ella y las zonas en las que sólo opera SGEL. Estas regiones pueden dividirse en tres grupos:

Regiones donde operan, en calidad de distribuidoras regionales, tanto SGEL como BOYACÁ (a través de sus distribuidoras controladas):
Albacete, Cuenca y Toledo
C.A. Andalucía, C.A de Extremadura, y Provincia de Ciudad Real
Galicia y provincia de León
C.A. Madrid
Principado de Asturias
Provincias de Palencia, Salamanca, Segovia, Valladolid y Zamora
Ávila
C. A. Valenciana y Murcia
Regiones donde solo opera, en calidad de distribuidora regional, SGEL:
Barcelona
Tarragona
Girona
Lleida
La Rioja, Navarra, País Vasco, Burgos y Cantabria
Canarias
Baleares
Regiones donde no opera, en calidad de distribuidora regional, ni BOYACÁ ni SGEL:
Guadalajara
Aragón y Soria

- (86) En relación al mercado de transporte nacional de publicaciones periódicas, a efectos de este expediente se considerará una dimensión geográfica nacional, tal y como se estableció en el precedente.

VI.3. Conclusión sobre los mercados relevantes

- (87) Teniendo en cuenta los mercados relevantes delimitados anteriormente, así como los precedentes citados, se analizarán:
- Los mercados de distribución mayorista de publicaciones periódicas (diferenciando los mercados estrechos de prensa diaria del resto de publicaciones periódicas) a nivel nacional y a nivel de las regiones en las que opera al menos una de las partes.

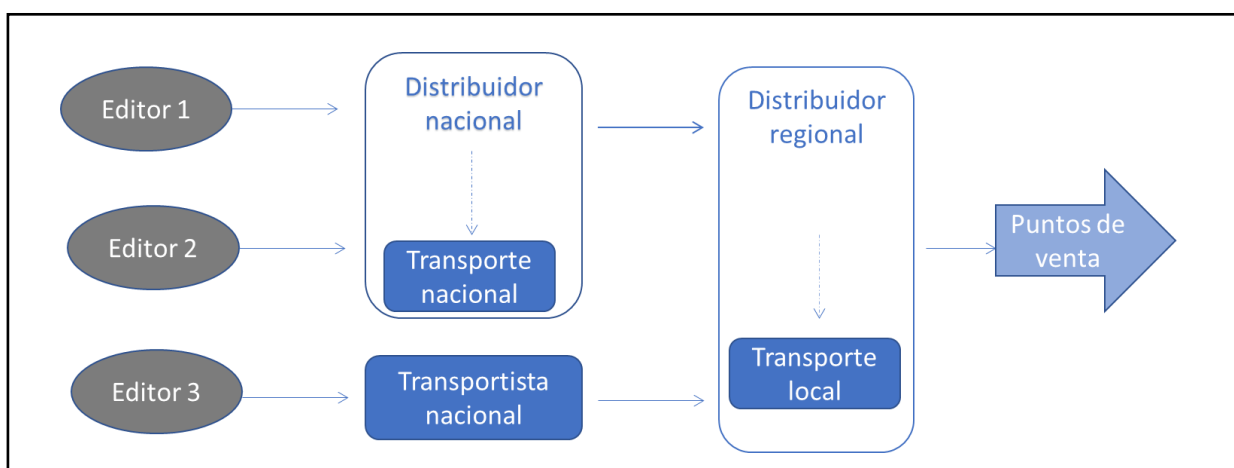
- b) El mercado de transporte nacional de publicaciones periódicas en España, sin perjuicio de que se haya dejado abierta la posibilidad de que incluya más productos.

VII. ANÁLISIS DEL MERCADO

VII.1. Mercado de distribución mayorista de publicaciones periódicas

VII.1.1. Funcionamiento, características y evolución

- (88) Los grupos editoriales proveen del material a las distribuidoras, fijan el precio de venta del producto al consumidor final, determinan la tirada nacional y su distribución por grandes zonas y los objetivos de devolución. Las editoriales contratan, por un lado, el transporte nacional a una empresa de transportes y, por otro lado, la distribución en cada región (o en todas ellas) a una distribuidora. Algunos editores de revistas, sin embargo, externalizan algunas de estas decisiones a una distribuidora de ámbito nacional, que se encargará también de contratar el transporte nacional.
- (89) El distribuidor mayorista compra los ejemplares y los revende a los puntos de venta. Para ello realiza la asignación de ejemplares entre los puntos de venta de su región, el seguimiento de ventas por puntos de venta, el almacenamiento de las publicaciones, la preparación de paquetes, la gestión de las devoluciones, la gestión de los pagos y cobros a los puntos de venta y la subcontratación del transporte local.
- (90) El siguiente cuadro ilustra la cadena de valor:



Fuente: elaboración propia a partir de la notificación.

- (91) Generalmente, los grupos editoriales proporcionan las publicaciones periódicas a las distribuidoras con derecho de devolución, de manera que los puntos de venta a los que se distribuye el producto podrán devolver los ejemplares no vendidos en unos plazos establecidos. Esta gestión de devoluciones se encomienda a la propia distribuidora mayorista y explica, según la notificante y los operadores consultados, el uso extendido de la exclusividad en los contratos de distribución.
- (92) La distribución mayorista de publicaciones periódicas presenta las siguientes características: periodicidad (diaria, semanal o superior a semanal), inmediatez,

caducidad, devolución de ejemplares no vendidos y gran número de puntos de venta dispersos geográficamente (aproximadamente 20.000 en España en 2018²³).

- (93) Debido a las características señaladas, las distribuidoras mayoristas especializadas en este sector deben contar con una infraestructura y un sistema de gestión específicos para alcanzar con garantía y eficacia todos los puntos de venta. Los precedentes ya establecieron que los costes de distribución son elevados y las economías de densidad, escala y alcance también son muy importantes y el test de mercado lo ha confirmado.
- (94) Todos los indicadores muestran una contracción del mercado de distribución mayorista de publicaciones periódicas en los últimos años, relacionado con el creciente consumo de estas publicaciones en línea. Según datos aportados por las notificantes, el número de ejemplares difundidos de prensa diaria ha disminuido entre 2004 y 2018 un 61,2% y el de revistas lo ha hecho entre 2006 y 2018 un 60%. En lo que respecta a la red de puntos de venta, ésta ha sufrido una reducción en el número de puntos de venta, pasando de 26.210 puntos de venta en el año 2010 a 20.394 en 2018. Todos los operadores consultados, tanto editores como distribuidoras, han confirmado esta tendencia a nivel de sus propias operaciones.
- (95) Este declive del mercado afecta directamente a las distribuidoras, que deben cubrir la misma extensión geográfica aun habiéndose reducido las ventas. Asimismo, las notificantes estiman que la facturación total del mercado ha sufrido un descenso del 18% solo entre 2017 a 2019 (retroceso que es del [...] para BOYACÁ y del [...] para SGEL)²⁴.
- (96) Esta tendencia de reducción del mercado no parece que vaya a corregirse en los próximos años debido al continuo aumento de la penetración de la lectura de periódicos y revistas en línea.
- (97) A ello debe añadirse que la actividad de distribución y venta de publicaciones periódicas se ve particularmente afectada por la crisis sanitaria causada por el COVID-19, pese a su calificación como servicio esencial, estimando la Asociación Nacional de Distribuidores de Ediciones una pérdida de ventas en la comercialización de publicaciones periódicas de 100 millones de euros para el período de marzo a septiembre de 2020²⁵. Según las notificantes, el impacto actualizado a la fecha de notificación debe ser necesariamente superior, a la vista de la caída de ventas sufrida por las partes. En el marco de la consulta realizada, una distribuidora informó que en 2020 entró en concurso de acreedores.

VII.1.2. Estructura de la oferta

- (98) El número de distribuidoras mayoristas se ha reducido significativamente en los últimos años, con sucesivas operaciones de concentración que fueron objeto de estudio por parte de la autoridad de competencia. Concretamente, el número de distribuidoras

²³ Fuente: notificante a partir de datos de ANDP (Asociación Nacional de Distribuciones Periódicas).

²⁴ Estas cifras se refieren al mercado de distribución nacional.

²⁵ Fuente: "Valoración del impacto en el sector de la comercialización de publicaciones periódicas de la crisis del Covid-19 y propuesta de posibles medidas compensatorias" elaborado por la Federación de Asociaciones Nacionales de Distribuidores de Ediciones (FANDE) y aportado por los notificantes.

mayoristas de publicaciones periódicas ha disminuido un 40% de 2010 a 2021, pasando de un total de 65 a 39.

- (99) En la actualidad existen, por un lado, las distribuidoras que pueden prestar un servicio de distribución en todo o gran parte del territorio nacional a través de su red de filiales. Se trata de BOYACÁ (para prensa diaria y revistas) y de SGEL y LOGISTA (para revistas, si bien LOGISTA tiene una implantación territorial inferior a las dos primeras)²⁶. Las notificantes estiman que LOGISTA es su principal competidor a nivel nacional. CORREOS solo opera en el segmento de las suscripciones.
- (100) Y, por otro lado, existen las distribuidoras regionales, que limitan su actividad a una región y que normalmente están controladas por editores regionales, destacando BERALÁN, que opera en el País Vasco, Navarra, la Rioja, Cantabria y Burgos y que está controlada por Vocento y MARINA BCN, que opera en Barcelona y que es propiedad en un 50% del Grupo Godó y en un 45% de BOYACÁ²⁷.
- (101) BOYACÁ, SGEL y LOGISTA ofrecen servicio a nivel nacional pero no cubren todas las zonas con sus propias filiales (especialmente en el caso de LOGISTA) y en esas zonas no cubiertas deben subcontratar a otra distribuidora de ámbito nacional o a la distribuidora regional correspondiente, si la hay. De hecho, más allá de estos acuerdos comerciales, BOYACÁ y LOGISTA tienen participaciones minoritarias en muchas de estas distribuidoras regionales (a veces ambos operadores nacionales tienen participaciones en una misma distribuidora, como en DISTRIBUIDORA DE ARAGÓN).
- (102) Existe por lo tanto una densa red de acuerdos -apoyada en ocasiones en participaciones minoritarias- entre las distintas distribuidoras para prestarse servicios de distribución regional y/o transporte local. Así, BOYACÁ contrata a varias distribuidoras regionales para cubrir el nordeste de la península e islas, como [...]. Adicionalmente, algunas de estas distribuidoras regionales subcontratan a su vez el transporte local a TRANSPORTES BOYACÁ. BOYACÁ también contrata a SGEL para el transporte local de prensa extranjera en algunas provincias y a [...] para la distribución en otras.
- (103) Por su lado, SGEL contrata en algunas zonas a TRANSPORTES BOYACÁ (para el transporte local) y a [...] y distribuidoras regionales (para la distribución). SGEL y BOYACÁ también tienen un acuerdo para servir a grandes superficies, [...].
- (104) Por otro lado, [...] contrata a BOYACÁ la distribución y el transporte local de sus publicaciones en numerosas provincias. Finalmente, MARINA BCN también contrata a distribuidoras regionales para distribuir sus fondos fuera de Barcelona.

²⁶ MARINA BCN informa de que realiza distribución nacional (debiendo subcontratar a distribuidoras regionales excepto en Barcelona), pero no es valorada en estos términos por el resto de operadores del mercado, según las respuestas al test de mercado realizado.

²⁷ Solo 4 operadores son independientes de los operadores nacionales y de editores (Arbesú en Asturias, Badiolan en Guipúzcoa, Rotger en Baleares y García y Correa en Tenerife).

- (105) En las siguientes tablas se recogen las cuotas de mercado de las partes en el mercado nacional²⁸ y en los mercados regionales²⁹, basadas en la venta de ejemplares³⁰. En el caso de los mercados regionales, se contemplan aquellas regiones donde actúa al menos una de las partes en calidad de distribuidora regional, mediante una distribuidora controlada (por lo tanto, la actividad de las distribuidoras regionales participadas pero no controladas por BOYACÁ no se incluye en su cuota de mercado). Las cuotas de mercado incluyen las suscripciones, donde CORREOS tendría una presencia destacada.

Mercados regionales y nacional de distribución mayorista de publicaciones periódicas

- (106) En los mercados regionales de publicaciones periódicas (tomando de forma conjunta prensa diaria y revistas) se observan significativas adiciones de cuota que dan lugar a cuotas conjuntas elevadas, como se muestra en la siguiente tabla:

Mercados regionales de distribución mayorista de publicaciones periódicas			
Región	Cuota 2019		
	BOYACÁ	SGEL	CONJUNTA
Albacete, Cuenca y Toledo	[70-80%]	[0-10%]	[80-90%]
Andalucía, Extremadura y Ciudad Real	[50-60%]	[10-20%]	[70-80%]
Galicia y León	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]
Comunidad de Madrid	[50-60%]	[10-20%]	[60-70%]
Asturias	[30-40%]	[0-10%]	[30-40%]
Palencia, Salamanca, Segovia, Valladolid y Zamora	[60-70%]	[0-10%]	[60-70%]
Comunidad Valenciana y Murcia	[40-50%]	[10-20%]	[60-70%]
Ávila	[70-80%]	[0-10%]	[70-80%]
Barcelona	[0-10%]	[0-10%]	[0-10%]
Girona	[0-10%]	[10-20%]	[10-20%]
Tarragona	[0-10%]	[20-30%]	[20-30%]
Lleida	[0-10%]	[10-20%]	[10-20%]
Baleares	[0-10%]	[10-20%]	[10-20%]
Canarias	[0-10%]	[20-30%]	[20-30%]
País Vasco, Navarra, Cantabria, La Rioja y Burgos	[0-10%]	[0-10%]	[0-10%]
Mercado nacional de distribución mayorista de publicaciones periódicas			
España	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]

Fuente: notificantes

- (107) Por otra parte, estas cuotas han sido por lo general estables en el periodo 2017-2019, si bien han disminuido en algunas regiones.
- (108) Por lo que respecta al mercado nacional de distribución mayorista de publicaciones periódicas, de acuerdo con la notificante en 2019 la cuota conjunta ascendió a [30-40%]([20-30%] de la cual correspondió a BOYACÁ), una cifra parecida a las de los dos años anteriores.

²⁸ Las cuotas para los mercados nacionales reflejan la actividad de distribución nacional que se ha encomendado por el editor a cada una de las partes, con independencia de que la distribución mayorista regional de esos ejemplares se efectúe posteriormente por BOYACÁ o SGEL a través de sus distribuidoras locales controladas o por un tercero.

²⁹ Las cuotas para los mercados regionales reflejan la actividad de las distribuidoras regionales controladas por cada una de las partes, incluida aquella actividad que hubiera sido encomendada a una de las partes por otra distribuidora en virtud de los acuerdos de distribución existentes, además de los fondos propios.

³⁰ La actividad de distribución de prensa extranjera realizada por SGEL se ha incorporado a su actividad de distribución de revistas, debido a que la logística implicada es similar.

Mercados regionales y nacional de distribución mayorista de prensa diaria

- (109) En el segmento de distribución mayorista de prensa diaria, BOYACÁ ostenta porcentajes de cuota de mercado superiores al 50% en la mayoría de las regiones en las que opera. En el periodo 2017-2019 no ha habido variaciones especialmente significativas en estas cuotas, aunque se observan ligeras disminuciones en varias regiones.

Mercados regionales de distribución mayorista de prensa diaria		
Región	Cuota 2019	
	BOYACÁ	SGEL
Albacete, Cuenca y Toledo	[70-80%]	[0-10%]
Andalucía, Extremadura y Ciudad Real	[60-70%]	[0-10%]
Galicia y León	[20-30%]	[0-10%]
Comunidad de Madrid	[60-70%]	[0-10%]
Principado de Asturias	[30-40%]	[0-10%]
Palencia, Salamanca, Segovia, Valladolid y Zamora	[60-70%]	[0-10%]
Comunidad Valenciana y Murcia	[70-80%]	[0-10%]
Ávila	[60-70%]	[0-10%]
Mercado nacional de distribución mayorista de prensa diaria		
España	[20-30%]	[0-10%]

Fuente: notificantes

- (110) En la actualidad no se producen solapamientos dado que SGEL no opera en la distribución de prensa diaria. Sin embargo, tal y como se verá más adelante, SGEL ha optado a contratos con los principales editores de diarios, constituyendo por lo tanto una competencia potencial.
- (111) En el mercado de ámbito nacional de distribución mayorista de prensa diaria la cuota de BOYACÁ ascendió en 2019 al [20-30%] según las notificantes, después de un ligero descenso desde el [30-40%] alcanzado en 2017.

Mercados regionales y nacional de distribución mayorista de revistas

- (112) En lo relativo a los mercados regionales de distribución mayorista de revistas, tanto SGEL como BOYACÁ son dos de los principales operadores del sector. La operación propuesta daría lugar a adiciones de cuota elevadas que llevarían a una cuota conjunta superior al 80% en varias regiones. Se muestran las cuotas de ambos operadores y las conjuntas en la siguiente tabla:

Mercados regionales de distribución mayorista de revistas			
Región	Cuota 2019		
	BOYACÁ	SGEL	CONJUNTA
Albacete, Cuenca y Toledo	[70-80%]	[10-20%]	[90-100%]
Andalucía, Extremadura y Ciudad Real	[50-60%]	[30-40%]	[80-90%]
Galicia y León	[30-40%]	[10-20%]	[50-60%]
Comunidad de Madrid	[40-50%]	[20-30%]	[70-80%]
Asturias	[20-30%]	[10-20%]	[40-50%]
Palencia, Salamanca, Segovia, Valladolid y Zamora	[60-70%]	[20-30%]	[80-90%]
Comunidad Valenciana y Murcia	[10-20%]	[30-40%]	[40-50%]
Ávila	[80-90%]	[10-20%]	[90-100%]
Barcelona	[0-10%]	[20-30%]	[20-30%]
Gerona	[0-10%]	[40-50%]	[40-50%]
Tarragona	[0-10%]	[50-60%]	[50-60%]
Lérida	[0-10%]	[90-100%]	[90-100%]
Baleares	[0-10%]	[20-30%]	[20-30%]
Canarias	[0-10%]	[40-50%]	[40-50%]
País Vasco, Navarra, Cantabria, La Rioja y Burgos	[0-10%]	[20-30%]	[20-30%]
Mercado nacional de distribución mayorista de revistas			
España	[20-30%]	[20-30%]	[50-60%]

Fuente: notificantes

- (113) Por otra parte, la evolución entre 2017 y 2019 ha sido dispar, con retrocesos significativos en algunas regiones y aumentos considerables en otras.
- (114) Finalmente, en el ámbito nacional, la cuota conjunta en 2019 en la distribución mayorista de revistas y coleccionables ascendió al [50-60%] (siendo la cuota individual de SGEL del [20-30%] y la de BOYACÁ del [20-30%]), un nivel muy similar al de 2017 ([50-60%]). El tercer operador es LOGISTA ([20-30%]) y el cuarto CORREOS ([10-20%]).
- (115) Las notificantes declaran que, excepto en el caso del mercado de distribución de revistas de ámbito nacional, no son capaces de identificar a todos sus competidores o sus cuotas de mercado, ni de estimar las cuotas de las distribuidoras participadas y no controladas, que son subcontratadas a menudo por las notificantes. En cualquier caso, las notificantes señalan a LOGISTA y CORREOS como sus principales competidores. Sin embargo, CORREOS no distribuye publicaciones periódicas a puntos de venta, y [...] contrata a BOYACÁ para la distribución y el transporte local de sus publicaciones en numerosas provincias.
- (116) Por otra parte, las distribuidoras participadas y no controladas a menudo forman parte de un grupo editorial regional, lo que les otorga una presencia significativa en su área de influencia. De hecho, según datos del expediente C/0508/13 BOYACÁ-REDPRENSA-RDE, referidos a 2012, pueden alcanzar cuotas de mercado muy elevadas. BERALÁN distribuía entonces el 99% de la prensa escrita en su zona y MARINA BCN el 57% en la suya.

- (117) Como conclusión, se observa que las empresas participantes en la operación tienen un peso importante en el mercado: BOYACÁ es la principal distribuidora mayorista de prensa diaria en prácticamente todas las regiones, siendo su participación también importante en el mercado de distribución de revistas. Por su parte, SGEL es uno de los principales actores en el mercado de distribución mayorista de revistas y claramente el líder a nivel nacional.
- (118) La situación del mercado en otros Estados Miembros de la Unión Europea (EM) muestra que es frecuente la presencia de monopolios *de facto* a nivel nacional (Francia, Portugal y Grecia, por ejemplo) o a nivel de cada una de las regiones (Alemania y Reino Unido, por ejemplo). Al igual que en España, en muchos EM ha habido una reducción del número de distribuidores, con varios casos de quiebras.

VII.1.3. Estructura de la demanda

- (119) La demanda de servicios de distribución de publicaciones periódicas se origina en los editores de prensa y revistas, si bien las distribuidoras obtienen ingresos tanto de los editores (especialmente en el caso de la prensa diaria) como de los puntos de venta y de otras distribuidoras. De hecho, según ha mostrado el test de mercado realizado, para las distribuidoras regionales los ingresos por servicios prestados a distribuidoras nacionales pueden ser proporcionalmente muy significativos.
- (120) En relación a los editores y, según declaran los notificantes, éstos constituyen un grupo de clientes muy concentrado, en la medida en que 7 editores de prensa diaria representan aproximadamente el 85% del mercado de prensa diaria³¹ y 9 grupos editoriales de revistas representan más del 72% del mercado de revistas³².
- (121) Según informan las notificantes y confirma el test de mercado, los contratos con los editores suelen ser en exclusividad y tener una duración de entre 1 y 4 años. Como se ha explicado anteriormente, el sistema de devoluciones ha motivado el uso de contratos de exclusividad, según argumentan tanto la notificante como el resto de operadores consultados, pues la exclusividad garantiza que la mercancía devuelta se corresponde con parte de los ejemplares entregados por un determinado distribuidor.
- (122) En este punto es importante destacar que los notificantes tienen contratos de exclusividad con los principales editores, como muestra el siguiente cuadro:

³¹ Vocento, Editorial Prensa Ibérica, Prisa, Unidad Editorial, Grupo Godó, Grupo Voz y La Razón (Audiovisual Española).

³² RBA, Toymer, Panini, Hola, Grupo Planeta, Hearst, Salvat, Zinet y Grupo Zeta

BOYACÁ	
Cliente	% sobre ventas
[...]	[...]
[...]	[...]
[...]	[...]
[...]	[...]
[...]	[...]
SGEL	
Cliente	% sobre ventas
[...]	[...]
[...]	[...]
[...]	[...]
[...]	[...]
[...]	[...]

Fuente: notificante

VII.1.4. Fijación de precios e ingresos de las distribuidoras

- (125) El editor fija el precio de venta al público de las publicaciones. Según la notificante, el porcentaje de este precio que corresponde al punto de venta viene definido históricamente. El porcentaje que corresponda al distribuidor local se basará en la capacidad de negociación de éste con el distribuidor nacional, y el porcentaje que corresponda al distribuidor nacional, en la suya con el editor. El reparto resultante suele ser, a grandes rasgos y para el caso de prensa diaria, como sigue³³:

Agente	Porcentaje del precio de venta al público percibido
Punto de venta	[...]
Distribuidor local	[...]
Distribuidor nacional	[...]
Editor	[...]

Fuente: notificante

- (126) Los ingresos de las distribuidoras de publicaciones periódicas están formados, esencialmente, por los siguientes cuatro elementos:
- Ingreso fijo o forfait: componente fijo que se factura al editor de prensa diaria y cubre parte de los costes incurridos a la hora de distribuir las publicaciones. Esta remuneración solo se aplica en el caso de prensa diaria debido a su distribución más costosa (en términos de frecuencia y horarios). Las notificantes explican que recientemente los editores de diarios están negociando una disminución de esta remuneración. Para BOYACÁ éste es el principal ingreso relacionado con la actividad de distribución de publicaciones periódicas.

³³ Para el caso de revistas los porcentajes son muy similares.

- b) Ingresos variables: componente variable que se factura al editor para sufragar actividades que excedan de la operativa habitual, tales como la entrega junto con los ejemplares de material de promoción especial o repartos especiales como consecuencia de un retraso en la entrega de la parte rotativa.
 - c) Servicios auxiliares a la red de ventas: remuneración que se factura a los puntos de venta por servicios como el manipulado, flejado y empaquetado de la mercancía, su reparto y la recogida de la devolución.
 - d) Margen sobre ventas: porcentaje sobre el precio de venta, tal y como se ha explicado anteriormente, originado por la diferencia entre el precio de compra al editor y el de reventa a la distribución minorista. Para SGEL éste es el principal ingreso relacionado con la actividad de distribución de publicaciones periódicas.
- (127) Por otra parte, las respuestas al test de mercado revelan que para las distribuidoras regionales los ingresos derivados de prestar servicios a las distribuidoras nacionales son muy significativos.

VII.2. Mercado de transporte nacional de publicaciones periódicas

- (128) Este mercado, que podría formar parte de un mercado más amplio de transporte nacional de mercancías, comprende el transporte desde los almacenes de los editores a los almacenes de las distribuidoras regionales.
- (129) BOYACÁ es la única notificante que opera en este mercado, mediante flota propia o subcontratada. Algunos editores regionales informan de que no precisan estos servicios, dado que reparten desde los centros de impresión directamente a los puntos de venta.
- (130) Este mercado está verticalmente relacionado con el mercado de distribución mayorista de publicaciones periódicas. Sin embargo, en lo relativo a la prensa diaria y a algunas revistas, las notificantes destacan que no existe relación contractual entre el transportista nacional y las distribuidoras regionales, pues es el editor quien contrata ambos servicios separadamente. En el caso de los editores de revistas que subcontratan la distribución nacional, la distribuidora nacional puede también contratar separadamente la distribución regional y el transporte nacional.

VII.2.1. Estructura de la oferta

- (131) Las notificantes estiman que existe un gran número de empresas que pueden prestar el servicio de transporte nacional. Sin embargo, tanto la notificación como las respuestas al test de mercado parecen confirmar que solo hay otro operador verticalmente integrado, LOGISTA (que, además, solo opera con revistas y en ocasiones subcontrata a [...]). El siguiente cuadro muestra que BOYACÁ tiene una presencia muy significativa en este mercado, posición que asumirá la empresa en participación:

Transporte nacional de publicaciones periódicas (2019)		
	Nº de ejemplares	%
Prensa diaria	[...]	100%
Boyacá	[...]	[40-50%]
Resto	[...]	[50-60%]
Revistas	[...]	100%
Boyacá	[...]	[70-80%]
Resto	[...]	[20-30%]
Total publicaciones	[...]	100%
Boyacá	[...]	[50-60%]
Resto	[...]	[40-50%]

Fuente: notificante

VII.2.2. Estructura de la demanda

- (132) De acuerdo con las notificantes, la demanda de prestación de servicios de transporte de mercancías de publicaciones periódicas está principalmente configurada por grupos editoriales, así como la distribuidora mayorista de publicaciones periódicas LOGISTA, que subcontrata determinadas actividades de transporte a [...], como se ha señalado.
- (133) En la siguiente tabla se indican los principales clientes de BOYACÁ en el segmento de transporte nacional de publicaciones periódicas:

TRANSPORTE NACIONAL DE PUBLICACIONES PERIÓDICAS		
Clientes	Grupo editorial	% sobre ventas
[...]	[...]	[...]
[...]	[...]	[...]
[...]	[...]	[...]
[...]	[...]	[...]
[...]	[...]	[...]

Fuente: notificantes

VII.3. Competencia potencial y barreras a la entrada

Mercado de distribución mayorista de publicaciones periódicas

- (134) El análisis efectuado en los precedentes C/0119/08 y C/0508/13 sobre la distribución mayorista de publicaciones periódicas ya destacó la existencia de importantes barreras a la entrada, especialmente en la distribución de prensa diaria, debido a la dificultad a la que se enfrentarían potenciales competidores a la hora de conseguir un volumen de suministro de periódicos lo suficientemente elevado como para hacer rentable el negocio, ya que los principales editores de prensa distribuían sus productos a través de empresas de su propio grupo, de empresas en las que poseían participaciones importantes o mediante exclusivas con los distribuidores mayoristas ya presentes en el mercado.
- (135) Estos precedentes añadían que la distribución de publicaciones periódicas, y especialmente de prensa diaria, se enfrenta a elevadas economías de densidad, escala y alcance, donde para operar se necesita una escala mínima significativa, pues los

horarios y las exigencias de inmediatez en la distribución exigen disponer de un número significativo de repartidores. Además, esta actividad es madura y se encuentra en declive como consecuencia de la reducción de los volúmenes de ejemplares distribuidos.

- (136) La existencia de contratos en exclusiva entre los principales editores de publicaciones periódicas y las distribuidoras participantes en la operación implica que, durante el periodo de vigencia de estos acuerdos, la entidad resultante de la operación tiene asegurada una parte significativa de la distribución de publicaciones periódicas de ámbito nacional, tanto en prensa diaria como en revistas, dificultando la entrada de nuevos operadores o la expansión de los competidores actuales.
- (137) Las notificantes destacan que existe posibilidad de cambio de proveedor. La información recabada muestra que ha habido cambios de distribuidora por parte de editores, pero que estos cambios son infrecuentes. Según la información aportada por los notificantes, de forma general los actuales contratos en exclusiva pueden considerarse contratos históricos, algunos de ellos verbales e indefinidos que se han renovado de forma continuada con la misma distribuidora a través del tiempo (teniendo alguno como fecha de inicio el año [...]), con pocas excepciones³⁴.
- (138) Las notificantes señalan, aparte de a LOGISTA como competidor actual, a CORREOS como competidor potencial. Sin embargo, CORREOS, que en este momento solo opera en la distribución de suscripciones a domicilio, afirma que aunque tiene una red capilar en todo el territorio, no ha podido acceder al mercado de la distribución a puntos de venta por precio, características del servicio y la exclusividad de la que disfrutaban los operadores incumbentes. Por lo tanto, no cabe considerar a CORREOS como competidor potencial.
- (139) Por otro lado, también se encuentran contratos en exclusiva en varios casos entre las distribuidoras y las grandes cadenas de puntos de venta (supermercados, estaciones de servicio, grandes superficies), teniendo estos contratos con exclusividad una duración de uno a cuatro años. Además, estas grandes cadenas optan por tratar solo con un distribuidor.
- (140) Como corroboración de este análisis, las distribuidoras competidoras consultadas que se pronuncian sobre la posible entrada de un nuevo competidor afirman que dicha entrada no es posible o sería muy difícil. Los puntos de venta comparten esta opinión. Finalmente, las empresas de mensajería y paquetería consultadas tampoco muestran interés en entrar en este mercado.
- (141) Las notificantes confirman que en los últimos años no ha accedido ninguna empresa al mercado de distribución mayorista de publicaciones periódicas en España. Todo lo contrario, como se ha comentado ya, el número de distribuidoras mayoristas de publicaciones periódicas ha disminuido en un 40% desde 2010, y en la actualidad

³⁴ Los principales cambios que han afectado a las notificantes son: el contrato con el editor Grupo RBA, con el cual BOYACÁ firmó un contrato de distribución en 2017, siendo el anterior distribuidor SGEL (quien distribuía este fondo desde 2002), los contratos con los editores Luike y Spain Media, que hasta 2019 distribuía BOYACÁ y a partir de dicha fecha empieza a distribuirlos SGEL y los contratos con [...].

únicamente 4 de ellas no forman parte de un grupo de distribución mayorista de ámbito nacional, como las partes, o pertenece a algún grupo editorial de prensa.

- (142) En cuanto a la posibilidad de que las distribuidoras competidoras expandan su negocio a otros territorios, todas las distribuidoras consultadas sin excepción afirman que no es viable esta expansión, por los costes asociados. Varias distribuidoras regionales afirman que estarían en disposición de distribuir cabeceras actualmente en manos de la competencia, aunque solo en las provincias donde ya operan. Ahora bien, las grandes editoriales de ámbito nacional explican que solo quieren contratar con una distribuidora y que ésta cubra todo el territorio nacional, para minimizar costes de transacción.
- (143) Finalmente, la mayoría de los editores que se han pronunciado sobre la posibilidad de internalizar la distribución creen que dicha posibilidad no es viable o es muy difícil, debido a los costes implicados y la imposibilidad de alcanzar las economías de escala necesarias .

Mercado de transporte

- (144) En relación al mercado de transporte de publicaciones periódicas, no se aprecian especiales barreras de entrada y, de hecho, este mercado podría formar parte de un mercado más amplio de mercado de transporte de mercancías. En este sentido, el test de mercado realizado muestra que los transportistas de publicaciones periódicas también transportan otras mercancías, lo que indicaría que el transporte de publicaciones periódicas no exige activos especiales.
- (145) Por otra parte, la actividad de transporte requiere autorización administrativa, según lo previsto en la Ley 16/1987, de 30 de julio, de Ordenación de los Transportes Terrestres. Sin embargo, la obtención de esta autorización no constituye una barrera relevante, según han concluido precedentes nacionales³⁵. Finalmente y, de acuerdo con la notificante, la necesidad de disponer de una red densa no sería una barrera de entrada dado el uso generalizado de la subcontratación según las necesidades.

VII.4. Eficiencias

- (146) Los notificantes declaran que la transacción tiene por objeto optimizar las estructuras de distribución de las partes obteniendo así eficiencias que permitan ahorros de costes. A juicio de las partes, la ejecución de la operación es la única forma de asegurar a medio plazo la sostenibilidad del negocio y la subsistencia de la actual red de distribución de publicaciones periódicas.
- (147) Las partes consideran que la operación propuesta no tendrá como consecuencia un incremento de ingresos para la entidad resultante, sino que las eficiencias vendrían dadas por una racionalización de los costes, [...].
- (148) [...]
- (149) [...]

³⁵ C/0823/16 CAT/SINTAX.

- (150) Las notificantes aportan un informe realizado por una consultora externa que estima estas eficiencias para el periodo 2020-2024, [...].
- (151) Para ello, el informe primero elabora un escenario contrafactual sin la empresa conjunta. En este escenario sin empresa conjunta, las partes continúan implementando de manera separada esfuerzos de reducción de costes. [...]
- (152) En el escenario de creación de la empresa conjunta, además de los esfuerzos de reducción de costes individuales, tienen lugar las reducciones de costes específicas a la operación de concentración, mencionadas anteriormente. Los ingresos siguen siendo los mismos que en el escenario sin empresa conjunta. [...]
- (153) Las notificantes reiteran que la rentabilidad solo se puede recuperar con la creación de la empresa conjunta, argumentando que las dos empresas ya han venido realizando ajustes de costes de manera separada sin que ello haya permitido evitar las pérdidas. En el marco del test de mercado realizado, son varias las distribuidoras y editores que sostienen que no hay alternativas a la creación de la empresa conjunta; una distribuidora afirma que no es posible implementar más medidas de eficiencia.
- (154) En cuanto al traslado a los consumidores de estas eficiencias, las notificantes afirman que la operación permitirá la subsistencia del servicio de distribución mayorista de publicaciones periódicas, asegurando la supervivencia de los puntos de venta tradicionales incluso en las zonas más deficitarias y, como consecuencia, asegurando el acceso de los consumidores a publicaciones periódicas.

VIII. VALORACIÓN DE LA OPERACIÓN

- (155) La operación de concentración propuesta supone la creación de una empresa en participación que integre los negocios de distribución mayorista de publicaciones periódicas de SGEL y BOYACÁ y parte del negocio de transporte de publicaciones periódicas de BOYACÁ.
- (156) Esta operación se enmarca dentro de un proceso de concentración progresiva en un sector marcado por el declive continuado de las ventas derivado del creciente consumo de las publicaciones en línea.
- (157) La operación dará lugar a solapamientos horizontales en el mercado amplio de distribución de publicaciones periódicas y en el segmento estrecho de revistas. En particular, a nivel nacional, la entidad resultante se haría con una cuota del [30-40%] (adición [0-10%]) en el mercado de distribución mayorista de publicaciones periódicas, y con una cuota del [50-60%] (adición [20-30%]) en el mercado más estrecho de distribución mayorista de revistas. Además, eliminaría la competencia potencial que SGEL ejercía en el mercado estrecho de distribución de prensa diaria.

- (158) A nivel regional, la entidad resultante se haría con cuotas superiores al 40% en numerosos mercados tanto en los amplios de distribución mayorista de publicaciones periódicas como en los más estrechos de distribución mayorista de revistas³⁶.
- (159) A este reforzamiento de la posición de liderazgo en varios mercados de distribución mayorista de publicaciones periódicas y de distribución mayorista de revistas tanto a nivel nacional como regional, se une la preeminente posición de BOYACÁ en el potencial mercado de transporte nacional de publicaciones periódicas ([40-50%]%) y en el segmento más estrecho de transporte nacional de revistas ([70-80%]) que pasará a la entidad resultante.

VIII.1. Posibles obstáculos a la competencia efectiva

- (160) Los efectos más directos de la operación de concentración notificada tienen lugar en los mercados de distribución mayorista de publicaciones periódicas. Se considera que pueden producirse efectos horizontales, de cartera y verticales.

VIII.1.1. Efectos horizontales unilaterales

- (161) Con la operación **desaparece la competencia entre los dos principales operadores en el mercado amplio de publicaciones periódicas y en el estrecho de distribución de revistas**, tanto a nivel nacional como en muchas regiones.
- (162) En efecto, en los mercados de distribución mayorista de revistas, las notificantes ostentan cuotas muy elevadas y, en general, los operadores terceros consultados perciben a BOYACÁ y SGEL como los principales operadores, especialmente a nivel nacional, dado que la presión competitiva de LOGISTA se ve limitada por su menor implantación territorial.
- (163) Existe presión competitiva entre BOYACÁ y SGEL por los contratos en exclusiva con los editores. Así se puso de manifiesto en el precedente C/508/13 BOYACÁ-REDPRENSA-RDE y se ve confirmado por el test de mercado, en el cual la gran mayoría de operadores considera a BOYACÁ y SGEL competidores directos.
- (164) Por lo que respecta al mercado de distribución mayorista de prensa diaria, aunque SGEL no esté operando en el mismo en estos momentos, ha optado en el pasado a contratos de distribución con los dos principales editores de diarios nacionales, de tal modo que también se elimina la competencia, al menos potencial, que venía ejerciendo SGEL sobre BOYACÁ, que es el líder de este mercado estrecho.
- (165) En general, los operadores consultados no consideran a CORREOS como competidor de BOYACÁ y SGEL, al especializarse en reparto de suscripciones.
- (166) Al mismo tiempo, los acuerdos de prestación de servicios de distribución y transporte entre las partes en algunas regiones matizan la competencia actualmente existente entre ellas en dichas regiones.

³⁶ En particular, en Albacete, Cuenca y Toledo ([80-90%] en publicaciones y [90-100%] en revistas), Andalucía, Extremadura y Ciudad Real ([70-80%] en publicaciones y [80-90%] en revistas), Comunidad de Madrid ([60-70%] en publicaciones y [70-80%] en revistas), Palencia, Salamanca, Segovia, Valladolid y Zamora ([60-70%] en publicaciones y [80-90%] en revistas), Comunidad Valenciana y Murcia ([60-70%] en publicaciones y [40-50%] en revistas), Ávila ([70-80%] en publicaciones y [90-100%] en revistas) y Galicia y León ([50-60%] en revistas) y Asturias ([30-40%] en publicaciones y [40-50%] en revistas)

- (167) Teniendo en cuenta lo anterior, así como la presencia de barreras de entrada derivadas principalmente de las economías de escala y la continua contracción del mercado, la operación implica un refuerzo de la posición de la entidad resultante en el mercado de distribución mayorista de publicaciones periódicas a nivel nacional y en muchas regiones, si bien el alcance de este refuerzo puede quedar matizado por los mencionados acuerdos preexistentes. Como consecuencia, la entidad resultante de la operación **verá fortalecido su poder negociador frente a los editores, puntos de venta, y otras distribuidoras, lo cual puede reforzar tanto la capacidad como los incentivos para imponerles condiciones comerciales más perjudiciales.**
- (168) Con respecto a los editores, se verían más directamente afectados los de revistas, al perder una de las tres alternativas, si bien los editores de prensa diaria también pierden una alternativa potencial. No obstante, las notificantes argumentan que éstos tienen otras alternativas, como distribuir en línea, distribuir a domicilio bajo suscripción o integrarse verticalmente (e internalizar la distribución). Añaden que los editores recientemente han conseguido negociar a la baja el forfait. Sin embargo, los editores consultados prevén un aumento del poder negociador de la entidad resultante y varios de ellos, tanto de revistas como de prensa escrita, identifican un riesgo de empeoramiento de las condiciones a los editores. Finalmente, la mayoría de los editores que se han pronunciado sobre la posibilidad de internalizar la distribución creen que dicha posibilidad no es viable o es muy difícil.
- (169) Con respecto a los puntos de venta, las notificantes y los propios quioscos destacan que BOYACÁ y SGEL no compiten por servir a un quiosco, ya que cada distribuidora sirve publicaciones distintas en exclusiva. Sin embargo, como se ha explicado, las distribuidoras obtienen ingresos de los puntos de venta (portes esencialmente), cuyas condiciones podrían verse modificadas dada la posición reforzada de la empresa, que controlará, además de la distribución de los diarios, una gran parte de la distribución de revistas. En sus respuestas al test de mercado, la mayoría de los puntos de venta alerta del riesgo de que la operación suponga un endurecimiento de las condiciones del servicio.
- (170) El precedente C/508/13 destacó que BOYACÁ no tendría incentivos a mantener el suministro en quioscos tradicionales deficitarios, ya que sus ingresos eran en gran parte independientes de los ejemplares efectivamente vendidos. Sin embargo, en los nuevos contratos con los editores el peso de la remuneración fija ha disminuido, habiéndose reducido por lo tanto este desincentivo.
- (171) En cualquier caso, si la entidad resultante dejase de servir las publicaciones que distribuye en exclusiva a un punto de venta concreto, el mismo podría estar abocado a la desaparición, dado que difícilmente podría obtener una rentabilidad suficiente con otras publicaciones periódicas que le puedan servir terceros distribuidores.
- (172) La reducción de puntos de venta perjudicaría tanto a los propios puntos de venta como a los editores, tanto de ámbito nacional como regional, pues a todos ellos les interesa mantener la capilaridad de la red de puntos de venta, dado que ello facilita unas mayores ventas de sus publicaciones periódicas. Perjudicaría por otra parte al consumidor final al reducir los puntos en los que adquirir prensa y revistas.

- (173) Por otra parte, en el caso de varias grandes cadenas minoristas, éstas optan por tratar solo con un distribuidor y algunas convocan concursos a tal efecto, de modo que sí hay competencia entre los distribuidores nacionales para este tipo de puntos de venta, competencia que desaparecería entre BOYACA y SGEL tras la operación.
- (174) Con respecto a otras distribuidoras, podrían verse afectadas aquellas distribuidoras regionales que son contratadas en la actualidad por BOYACÁ y SGEL separadamente, así como aquellas contratadas por una de estas partes y que compiten en su zona con una filial de la otra parte.
- (175) Por otra parte, la entidad resultante podría **aprovechar su mayor poder de negociación** tanto aguas arriba con los editores como aguas abajo con los puntos de venta **para extender sus redes de distribución mayorista de publicaciones periódicas a áreas geográficas donde no cuenta con presencia o es poco significativa.**

VIII.1.2. Efectos cartera

- (176) Los efectos horizontales anteriormente descritos se podrían ver reforzados por el efecto cartera derivado de la **oferta conjunta por parte de la entidad resultante de servicios de distribución mayorista de distintas publicaciones periódicas, tanto prensa diaria como revistas y coleccionables, y de productos no editoriales, en gran parte de España.**
- (177) De esta manera, aprovechando su poder de mercado en el ámbito de la distribución mayorista de prensa diaria y revistas, la entidad resultante podría imponer a editores y puntos de venta la utilización de sus servicios para la distribución mayorista de productos no editoriales, y de esta manera excluir la presión competitiva que puedan plantear terceros distribuidores mayoristas.
- (178) Ahora bien, en el caso de los distribuidores mayoristas de productos no editoriales, los puntos de venta de publicaciones periódicas suelen ser sólo una parte relativamente reducida de la red de puntos de venta existente, lo que limita la capacidad de la entidad resultante para excluirlos del mercado. Eso no obsta que en cualquier caso la entidad resultante pueda imponer de facto a los puntos de venta contratar sus servicios en bienes distintos de las publicaciones periódicas.
- (179) De modo parecido, algunos puntos de venta han advertido que la nueva empresa podría vincularles los fondos de BOYACÁ y los de SGEL, y piden tener libertad para aceptar unos y rechazar otros.

VIII.1.3. Efectos verticales

- (180) La operación de concentración propuesta **refuerza la integración vertical entre las dos fases de la cadena de distribución de publicaciones periódicas (el transporte nacional y la distribución mayorista regional)**, en la medida en que se amplían las zonas geográficas en las que la entidad resultante controla las principales redes de distribución mayorista regionales y asume a través de los acuerdos de distribución exclusiva la gestión de la demanda de transporte nacional de los editores. A ello se añade que la empresa en participación asumirá la posición de BOYACÁ (salvo en lo relativo a la ejecución) que con carácter previo a la operación ya tenía una presencia muy relevante en el transporte nacional de publicaciones periódicas.

- (181) La integración vertical de la entidad resultante, su peso como transportista nacional de publicaciones periódicas, y su presencia como distribuidor mayorista de estos productos en una gran parte del territorio nacional, otorgan a la entidad resultante una **posición reforzada frente a otros transportistas nacionales y distribuidores mayoristas regionales** no verticalmente integrados o con un menor peso en estos mercados.
- (182) Es posible que, por razones de una mejor coordinación, algunos editores se vean incentivados a contratar con un único operador todos los servicios (transporte nacional y distribución mayorista) de sus publicaciones. A su vez, la entidad resultante tiene tanto el incentivo como la capacidad de extender sus servicios a las zonas en las que actualmente no está presente, utilizando su poder de negociación y la posibilidad de prestar un servicio completo (distribución-transporte) para inducir a sus actuales y/o potenciales clientes a que contraten con esta empresa el transporte y la distribución mayorista de sus publicaciones en dichas áreas, lo que debilitaría la posición competitiva de terceros distribuidores no integrados verticalmente.
- (183) En particular, la entidad resultante podría tener la capacidad de denegar el servicio de transporte nacional de revistas a editores que escojan un distribuidor nacional distinto a la nueva empresa. Antes de la operación, BOYACÁ ostentaba, a través de su filial de transportes, una cuota del [60-70%] del mercado de transporte de publicaciones periódicas ([70-80%] para el segmento de revistas). Esto podría perjudicar a los editores que podrían ver reducida su capacidad de elección en lo relativo a distribución mayorista y, a su vez, a las distribuidoras alternativas, que podrían dejar de ser contratadas por parte de dichos editores³⁷.
- (184) Las notificantes argumentan que este efecto anticompetitivo no tendría lugar porque el editor puede acudir a LOGISTA, un competidor también verticalmente integrado, para realizar tanto el transporte como la distribución. Destacan también que, pese a la mencionada cuota de BOYACÁ, en realidad el transporte de publicaciones periódicas puede ser realizado por empresas de transporte de mercancías, de tal manera que el editor siempre tendrá alternativas.
- (185) Un segundo posible efecto sucedería en el mercado de transporte nacional de revistas. En aquellas ocasiones en las que SGEL se encarga también de la gestión del transporte nacional, SGEL podía utilizar antes de la concentración otro transportista nacional sin limitaciones. Después de la concentración, la empresa resultante podrá contratar la ejecución del transporte a otro transportista, pero BOYACÁ TRANSPORTES gozará de la consideración de contratista preferente.
- (186) Sin embargo, el alcance de este posible efecto anticompetitivo sobre otros transportistas de revistas se ve acotado por el hecho de que estos transportistas todavía tendrán un [40-50%] del mercado de distribución de revistas disponible (SGEL y BOYACÁ tienen el [50-60%] del mismo) y por el hecho, confirmado por el test de mercado realizado, de que estos operadores transportan también otros productos, siendo el negocio de transporte de publicaciones periódicas una fracción pequeña de

³⁷ En el caso de revistas, el editor externaliza al distribuidor nacional la contratación del transporte nacional. En esta situación, el afectado sería dicho distribuidor nacional y las distribuidoras regionales que quisiera subcontratar.

su negocio global. Los transportistas consultados no señalan ningún efecto en los términos anteriores.

- (187) Un tercer posible efecto tendría lugar en la actividad de transporte local. Si bien dicha actividad ha sido incluida en el mercado de la distribución mayorista, se puede entender que mantiene una cierta relación vertical con la actividad propia de distribución mayorista, al constituir la siguiente fase de la cadena de valor antes de la distribución minorista. En este sentido, la actividad de transporte local puede ser ejecutada por la propia distribuidora o ésta puede subcontratarla. SGEL actualmente subcontrata, en función de la provincia, a BOYACÁ, a otras empresas de transporte o a transportistas autónomos. De acuerdo con la notificación, la empresa resultante, que gestionará el catálogo de SGEL, podrá seguir contratando con una tercera empresa este reparto final, pero **BOYACÁ TRANSPORTES tendrá la condición de contratista preferente. Esta preferencia podría afectar a estos transportistas terceros.** Este posible efecto será más significativo en aquellas regiones donde la cuota de mercado de SGEL en el segmento de revistas es mayor. En dichas zonas el impacto en los repartidores dependerá de si trabajan en exclusiva para SGEL o si están diversificados.

VIII.2. Valoración de eficiencias

- (188) Esta DC considera que las eficiencias alegadas, basadas en eliminar costes duplicados, parecen razonables, están cuantificadas y podrían considerarse específicas a la concentración.
- (189) Sin embargo, esta DC señala que las partes, más allá de defender que las eficiencias permiten subsistir al sector, no comunican intención de realizar traslado de estas eficiencias aguas abajo ni a ningún agente de la cadena productiva. De hecho, la DC no observa incentivos a trasladar estas eficiencias dada la estructura del mercado.
- (190) A mayor abundamiento, según declaran las partes, el fin último de la operación es salvaguardar la viabilidad de sus respectivos negocios, que actualmente se encuentran gravemente afectados por la profunda crisis que atraviesa el sector de las publicaciones en papel, por lo que no cabe esperar un abaratamiento de los servicios de la entidad resultante ni una mejora de las condiciones del servicio prestado.

VIII.3. Conclusión de la valoración

- (191) Teniendo en cuenta todo lo anterior, esta DC estima preciso un análisis en profundidad de la operación notificada, a la vista de los posibles obstáculos para el mantenimiento de la competencia efectiva en los mercados considerados.

IX. PROPUESTA

- (192) 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 iniciar la segunda fase del procedimiento por considerar que la concentración puede obstaculizar el mantenimiento de la competencia efectiva en los mercados analizados en aplicación del artículo 57.2.c) de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia.